АНОВО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»

Институт непрерывного образования

Кафедра экономики и управления

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика»

«ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ И ЛИКВИДНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕРЫ ПО ИХ ПОВЫШЕНИЮ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ГОСТИНЫЙ ДВОР»)»

Исполнитель:
студент 4 курса заочной формы обучения
Ковальская Анна Владимировна_____

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Попов Григорий Германович_____

Работа допущена к защите
решением заседания кафедры
протокол № от 201 г.
Зав. кафедрой _____
/Марущак И.И./
Дата защиты _____
Оценка _____

МОСКВА 2018

Календарный план-задание обучающегося
по выполнению выпускной квалификационной работы

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

Фамилия Ковальская
Имя Анна
Отчество Владимировна
Группа Сд14Э371

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:

Фамилия Попов
Имя Григорий
Отчество Германович
Должность доцент
Ученое звание
Ученая степень к.э.н.

Тема работы «Платежеспособность и ликвидность предприятия и меры по их повышению (на примере ООО «Гостиный двор»)»

Содержание ВКР (перечень подлежащих разработке вопросов**) и сроки выполнения**

№ п/п	Наименование глав	Содержание раздела	%	Срок выполнения
1.	Экономическое содержание и значение платежеспособности и ликвидности предприятия	Теоретические аспекты платежеспособности и ликвидности предприятия Информационная база проведения анализа платежеспособности и ликвидности Методика анализа платежеспособности и ликвидности предприятия	25%	01.11.2017
2	Анализ ликвидности и платежеспособности ООО « Гостиный Двор»	Экономическая характеристика ООО «Гостиный двор» Анализ платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный Двор» Анализ финансовой устойчивости ООО «Гостиный двор»	45%	20.11.2017
3.	Пути повышения платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный двор»	Возможные причины неплатежеспособности и неликивидности Возможности повышения платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный двор»	30%	10.12.2017

Срок сдачи исполнителем законченной работы на кафедру за 15 дней до защиты в соответствии с графиком ГИА

Подпись исполнителя _____ / Ковальская А.В. /
(подпись) *(Фамилия И.О.)*

Заключение научного руководителя:
«Работа рекомендована к защите» _____/ Попов Г.Г. /
(подпись) *(Фамилия И.О.)*

Решение выпускающей кафедры:
«Работа допущена к защите»
протокол № от заседания кафедры экономики и управления

Зав. кафедрой _____ / Марущак И.И. /
(подпись)

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему «Платежеспособность и ликвидность предприятия и меры по их повышению» (на примере ООО «Гостиный двор»)» объемом 72 страницы состоит из введения, трех глав, заключение, списка использованных источников и четырех приложений.

Цель выпускной квалификационной работы - выявить пути повышения платежеспособности и ликвидности организации ООО «Гостиный двор».

В первой главе выпускной квалификационной работы рассмотрено экономическое содержание и значение платежеспособности и ликвидности предприятия.

Во второй главе выпускной квалификационной работы проведен анализ платежестпособности, ликвидности и финансовой устойчивости организации ООО «Гостиный двор».

В третьей главе предложены рекомендации по повышению платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный двор».

Выпускная квалификационная работа включает в себя 13 таблиц, 10 рисунков, список из 37 использованных источников.

Перечень ключевых слов: платежеспособность предприятия, ликвидность активов, ликвидность баланса, ликвидность предприятия, коэффициенты ликвидности.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 5

1. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 8

1.1 Теоретические аспекты платежеспособности и ликвидности предприятия 8

1.2. Информационная база проведения анализа платежеспособности и ликвидности 11

1.3. Методика анализа платежеспособности и ликвидности предприятия 17

2. АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ООО « ГОСТИНЫЙ ДВОР» 25

2.1 Экономическая характеристика ООО «Гостиный двор» 25

2.2 Анализ платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный Двор» 32

2.3 Анализ финансовой устойчивости ООО «Гостиный двор» 38

3. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ООО «ГОСТИНЫЙ ДВОР» 45

3.1 Возможные причины неплатежеспособности и неликивидности 45

3.2 Возможности повышения платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный двор» 48

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 65

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 69

ПРИЛОЖЕНИЯ 73

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Неотъемлемым элементом процесса управления деятельностью организации, наряду с бухгалтерским учетом и контролем, является экономический анализ. Одним из наиболее распространенных и необходимых в практике управления ресурсами организации является изучение и оценка платежеспособности.

Платежеспособность отражает соотношение, тенденции, динамику финансовых ресурсов и финансовых результатов организации и выступает информационной базой для принятия менеджментом действенных управленческих решений. Как отмечает А.Д. Шеремет, платежеспособность – это сигнальный показатель, в котором проявляется финансовое состояние организации. По мнению ученного платежеспособность - это «способность организации вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, производить оплату труда персонала, вносить платежи в бюджеты и во внебюджетные фонды»[1].

Сравнивая такие характеристики финансового состояния предприятия, как «платежеспособность» и «ликвидность», можно отметить, что в первый термин является более конкретным и предметно ориентированным, в то время как вторая категория принимает более емкую форму.

Платёжеспособность предприятия подтверждается, во-первых, наличием денежных средств на расчетных и валютных счетах, краткосрочные финансовые вложения, во-вторых, данными об отсутствии просроченной задолженности и задержки платежей, и в-третьих, данными о

[1] Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. с. 32

несвоевременном погашении кредитов, а также длительном непрерывном пользовании кредитами.

Для того чтобы сохранять и повышать платежеспособность, необходимо анализировать и оценивать коэффициенты, отражающие возможность организации погашать краткосрочную задолженность за счет тех или иных элементов оборотных средств и принимать решения на перспективу, с точки зрения возможных изменений платежеспособности в будущем.

Первоначальные причины или предпосылки снижения платежеспособности зарождаются внутри финансов предприятия, в том числе в структуре его капитала. При этом основными факторами снижения платежеспособности являются неэффективные долгосрочные вложения, которые не сопровождаются соответствующим ростом выручки от продаж; значительные текущие обязательства не покрывающиеся выручкой; превышающий размер текущих обязательств над размером текущих активов организации; отсутствие достаточного обеспечения чистых активов собственными источниками финансирования.

Таким образом, платежеспособность – ключевой фактор определяющий стабильность деятельности организации на основе обеспечения оптимальности структуры капитала, максимизации прибыли и снижения риска потерь.

В связи с этим, весьма важна роль анализа финансового состояния, основным содержанием которого является комплексное системное изучение платежеспособности и ликвидности предприятия.

Объектом исследования выпускной работы является предприятие ООО «Гостиный двор».

Предмет исследования – являются методологические и методические аспекты анализа ликвидности и платежеспособности

Цель работы – выявить пути повышения платежеспособности и ликвидности организации ООО «Гостиный двор».

Для достижения поставленной цели потребовалось решить следующие задачи:

1) изучить экономическое содержание и значение платежеспособности и ликвидности предприятия;

2) рассмотреть методику анализа платёжеспособности и ликвидности предприятия;

3) дать оценку ликвидности и платежеспособности ООО «Гостиный Двор»;

4) провести анализ финансовой устойчивости ООО «Гостиный двор»;

5) дать рекомендации по повышению платежеспособности ООО «Гостиный двор».

Теоретико-методические аспекты анализа платежеспособности и ликвидности достаточно глубоко и полно отражены в работах ряда отечественных авторов: М.И. Баканова, И.Т. Балабанова, В.И. Бариленко, Jl.Е. Басовского, И.А. Бланка, С.А. Бороненковой, В.В. Бочарова, Д.Х.Бухаровой, Jl.Т. Гиляровской, А.И. Гинзбурга, Jl.В. Донцовой, Д.А. Ендовицкого, О.В. Ефимовой, Н.Н. Илышевой, В.В. Ковалева, Л.И. Кравченко, С.И. Крылова, Э.И. Крылова, Н.П. Любушина, А.А. Максютова, М.В. Мельник, И.Е. Мизиковского, Н.С.Нечеухиной, Н.А. Никифоровой, Л.Н. Павловой, В.В. Панкова, Г.Б. Поляка, В.М. Родионовой, Н.А. Русака, Г.В. Савицкой, Н.Н. Селезневой, Е.М. Сорокиной, Л.С. Сосненко, Е.С. Стояновой, А.Ф. Черненко, В.А. Чернова, А.Д. Шеремета.

Информационной базой исследования послужили материалы законодательного, нормативного и методического характера, научно-практические публикации и труды отечественных экономистов в области теории и практики оценки платежеспособности: Жилкина А.Н., Ковалева В.В., Любушина Н.П., Савицкой. Г.В., Шеремета А.Д. и др.

В качестве эмпирической базы исследования использовалась информация оперативного, статистического и бухгалтерского учета, данные финансовой отчетности ООО «Гостиный двор» за 2014-2016 гг.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников

1. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Теоретические аспекты платежеспособности и ликвидности предприятия

Одним из значимых показателей характеризующих финансовое состояние организации выступает его платежеспособность.

О.В. Ефимова под платежеспособностью понимает «способность компании своевременно возвращать заемные средства в необходимом объеме, то есть погашать долговые обязательств»[2].

В свою очередь Л. В. Петрова считает, что «платежеспособность - это способность хозяйствующего субъекта к своевременному выполнению денежных обязательств, обусловленных законом или договором, за счет имеющихся в его распоряжении денежных ресурсов»[3].

Н.Н. Селезнева и А.Ф. Ионова полагают, что «платежеспособность является внешним признаком финансовой устойчивости организации и обусловлена степенью обеспеченности оборотных активов долгосрочными

[2] Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений Издательство - М.: «Омега-Л», 2014. С. 112.

[3] Володин А.А. Управление финансами: Учебник / А.А. Володин. – М.: ИНФРА-М, 2013. с.89

источниками» [4]. При этом они выделяют текущую (способность текущих активов превращаться в денежную наличность) и долгосрочную платежеспособность. В качестве показателя, отражающего долгосрочную платежеспособность, принимается отношение заемного капитала к собственному, или коэффициент финансового рычага.

Таким образом платежеспособность представляет собой возможность организации в полном объеме и вовремя удовлетворять платежные требования контрагентов и в соответствии с договорами, возвращать кредиты, выплачивать денежные средства персоналу, вносить платежи в бюджет.

Наряду с понятием платежеспособность, при анализе финансового состояния употребляют термин ликвидность. Данные понятия являются близкими, но не тождественными друг другу.

По мнению Ю.Н. Захаровой следует разделять платежеспособность организации - ожидаемую способность в общем итоге погасить задолженность, и ликвидность - достаток имеющихся денежных средств для расчета по долгам в данный момент. Однако на деле понятия ликвидности и платежеспособности обычно выступают как синонимы[5].

И.А. Бланк рассматривает понятия «ликвидность» и «платежеспособность» как тождественные экономические категории. Соответственно, под платежеспособностью (ликвидностью) понимается возможность организации своевременно рассчитаться по своим текущим обязательствам за счет оборотных активов различного уровня ликвидности[6]. Автор подчеркивает, что ликвидное предприятие может осуществлять свою текущую производственную деятельность, т.е. у него имеется достаточное

---

[4] Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Анализ финансовой отчетности. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. с.136

[5] Захарова Ю. Н. Платежеспособность предприятия, ее анализ и пути укрепления / Захарова Ю. Н. // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. – 2013. № 1. с. 317

[6] Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента : в 2 т. / И. А. Бланк. – 4-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2012. с.112

количество средств, чтобы осуществить необходимые выплаты служащим, поставщикам и кредиторам и т.д.

Ф.А. Эйзенберг, выделяет следующие типы ликвидности в зависимости от характеризуемого анализа:

1) ликвидность активов организации представляющую собой сложную аналитическую категорию, которая характеризует способность каждого конкретного актива превращаться в денежные средства. В то же время степень ликвидности определяется двумя факторами: скоростью преобразования и потерей собственника от снижения стоимости актива в результате экстренной продажи.

2) ликвидность баланса, которая является характеристикой теоретической способности компании конвертировать активы в денежные средства и погашать свои обязательства, а также степень, в которой обязательства покрываются активами в разных горизонтах платежей.

3) ликвидность предприятия является более общей концепцией, чем ликвидность баланса, это означает, что оно имеет оборотные активы в количестве, теоретически достаточном для погашения краткосрочных обязательств[7].

Сравнивая такие характеристики финансового состояния предприятия, как «платежеспособность» и «ликвидность», можно отметить, что в первый термин является более конкретным и предметно ориентированным, в то время как вторая категория принимает более емкую форму.

На рисунке 1 изображена схема, представляющая зависимость платежеспособности от ликвидности организации и ликвидности баланса. Она представляет собой многоэтажную постройку, в которой каждый этаж равнозначен.

[7] Эйзенберг Ф.А. Финансовый менеджмент на предприятии / Ф.А. Эйзенберг. – Минск: Высшая школа, 2014.

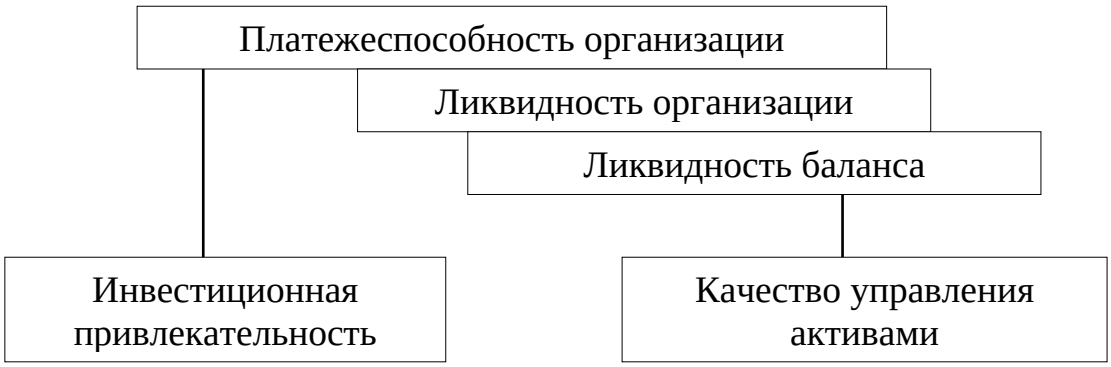

Рис. 1 Взаимосвязь между ликвидностью и платежеспособностью предприятия

Следовательно, ликвидность баланса является базой платежеспособности и ликвидности организации. То есть ликвидность – это метод поддерживания платежеспособности. При этом, низкий уровень платежеспособности, который может быть представлен в виде недостатка денежной наличности и присутствия просроченных платежей, может быть временным или длительным.

Кроме того, платежеспособность связана как с активами, так и с пассивами. Если предприятие обладает большим запасом высоколиквидных активов, то оно в состоянии рассчитаться по своим обязательствам, что свидетельствует о высоком уровне платежеспособности предприятия. Поэтому, платежеспособность напрямую зависит от того, какую степень ликвидности имеет тот или иной актив компании.

Таким образом, платежеспособность – ключевой фактор определяющий стабильность деятельности организации на основе обеспечения оптимальности структуры капитала, максимизации прибыли и снижения риска потерь.

1.2. Информационная база проведения анализа платежеспособности и ликвидности

Главными источниками информации для анализа платежеспособности и ликвидности компании являются баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств и прочие формы отчетности, а также первичные и аналитические данные учета, которые детализируют и расшифровывают отдельные позиции баланса.

Баланс организации является основным элементом бухгалтерской информационной системы. Это наиболее важная форма бухгалтерской отчетности, показывающая, состояние средств организации в денежной оценке на определенную дату.

Роль и значение бухгалтерского баланса заключается, прежде всего, в информационном обеспечении функционирования предприятии. При этом степень применения бухгалтерской отчетности в управлении предприятием различна, однако общей тенденцией в России является достаточно слабое по сравнению с развитыми странами востребование бухгалтерских данных при выработке управленческих решений[8].

Вместе с тем, баланс заключает, в себе большой аналитический потенциал и может использоваться в процессе принятия решений как перспективного, так и текущего характера. Баланс дает достаточно полную картину о текущем состоянии организации, устойчивости ее положения, возможных перспективах.

---

[8] Эйзенберг Ф.А. Финансовый менеджмент на предприятии / Ф.А. Эйзенберг. – Минск: Высшая школа, 2014. с. 82

Информация содержащиеся в балансе организации позволяет увидеть финансовую и имущественную позицию хозяйствующего субъекта. Это достигается за счет двойной группировки объектов бухгалтерского учета:

- по функциональной роли в процессе производственно-экономической и финансовой деятельности организации (экономическое содержание уравнения баланса);

- по источникам формирования имущества экономической единицы (правовой подход).

Баланс организации предназначен для отражения финансового положения хозяйствующего субъекта в определенное время: на дату создания предприятия (регистрации Устава); начало и конец отчетного периода (финансовый год); даты подготовки промежуточной финансовой отчетности (за месяц, квартал, шесть месяцев, девять месяцев); в случаях реорганизации, банкротства, ликвидации, реорганизации или других предусмотренных случаев[9].

По нашему мнению, баланс можно сравнить со снимком финансового состояния организации, на котором отражены два одинаково больших отображения:

- что имеет организация (имущество, классифицированное по функциональному признаку);

- за счет каких источников оказалось в собственности имущество (капитал владельца и привлеченный капитал).

Конкретная структура баланса определена в разделе IV ПБУ 4/99[10]. Актив баланса включает два раздела: внеоборотные активы и оборотные активы.

Внеоборотные активы представляют собой собственные средства фирм, изъятые ими из оборота. Это активы с продолжительностью

---

[9] Теория экономического анализа: Учебник / А.Д. Шеремет. - 3-е изд., доп. - М.: ИНФРА-М, 2014. с.51

[10] Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"

использования более 12 месяцев. Так как внеоборотные активы имеют большое разнообразие видов и элементов, то в целях обеспечения целенаправленного управления ими перед организацией стоит задача их классификации.

Разнообразие видов и элементов внеоборотных активов предприятия определяет необходимость их предварительной классификации. Рассмотрим различные классификации внеоборотных активов в Таблице 1.

Таблица 1

Классификация внеоборотных активов предприятия

Классификационный признак	Виды внеоборотных активов
1. По функциональным видам	а) основные средства; б) нематериальные активы; в) незавершенное строительство; г) доходные вложения в материальные ценности; д) долгосрочные финансовые вложения; е) отложенные налоговые активы; ж) прочие внеоборотные активы.
2. По характеру обслуживания отдельных видов деятельности предприятия	а) операционные внеоборотные активы; б) инвестиционные внеоборотные активы; в) непроизводственные внеоборотные активы)
3. По характеру владения	а) собственные внеоборотные активы; б) арендуемые внеоборотные активы.
4. По формам залогового обеспечения кредита и особенностям страхования	а) движимые внеоборотные активы (машины и оборудование, транспортные средства, долгосрочные фондовые инструменты и т.п.); б) недвижимые внеоборотные активы (земельные участки, здания, сооружения, передаточные устройства и т.п.).

Для предприятий имеет место отрицательный эффект, когда в структуре баланса больший объем занимают внеоборотные активы, которые снижают скорость оборота капитала, но существует и положительный эффект от увеличения веса внеоборотных активов в общей стоимости имущества предприятия – это расширение деятельности предприятия и увеличении его мощности[11].

[11] Осипова И. В. Теория бухгалтерского учета : сб. задач : учеб. Пособие для студентов, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит", "Мировая экономика", "Налоги и налогообложение" / И. В. Осипова. – Гриф УМО. - Москва : КНОРУС, 2016. С. 42

Оборотный капитал участвует в процессе производства и является одним из основных вопросов управления на предприятии.

М.В. Романовский считает, что «оборотные средства – это капитал предприятия, авансированный в оборотные активы. Оборотные средства обеспечивают непрерывность процесса производства»[12]. Данное определение подчеркивает, что капитал, вложенный в оборотные средства предприятия, не расходуется и не потребляется, а происходит авансирование, то есть вложение, предполагающее возврат средств через определенный промежуток времени.

Состав оборотных активов, отраженный во втором разделе баланса, включает:

- запасы (сырье, материалы, затраты на незавершенное производство, готовые изделия, товары для перепродажи, отгруженные товары, расходы будущих периодов);

- налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям;

- дебиторская задолженность (долги с покупателями и клиентами, дочерние и зависимые общества, участники (учредители) за взносы в уставный капитал, векселя к получению, авансы выданные, другие дебиторы);

- финансовые вложения (кредиты, предоставленные организациям менее 12 месяцев, прочие финансовые вложения);

- денежные средства (расчеты, счета в иностранной валюте, другие средства).

Состав и структура оборотных средств предприятия зависят от различных факторов, таких как: форма собственности; вид бизнеса (характер деятельности предприятия); особенность организации конкретного производства; условия кредитования хозяйственной деятельности предприятия; длительность производственного цикла;

---

[12] Романовский, М. В. Финансы : учебник для бакалавров / М. В. Романовский, О. В. Врублевская ; отв. ред. М. В. Романовский, О. В. Врублевская. - 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2013. С.282

финансовое состояние предприятия; объемы производства и реализации; уровень материально-технического снабжения; масштаб деятельности; структура капитала предприятия; учетная политика предприятия и система расчетов; вид и структура потребляемого сырья; темп роста объемов производства и реализации продукции организации; работа менеджеров и бухгалтеров и прочие факторы.

Общая сумма баланса представляет собой сумму строк «Итого по разделу I» и «Итого по разделу II».

Пассивный баланс организации показывает:

1) какая сумма средств (капитала) инвестируется в хозяйственную деятельность предприятия;

2) кто и в какой форме участвовал в создании ресурсов предприятия.

Пассив баланса включает разделы: «Капитал и резервы», «Долгосрочные обязательства», «Краткосрочные обязательства».

В разделе III баланса представлены расшифровки резервного капитала. Для оценки финансового положения организации важны данные о величине созданного организацией резервного капитала

В статье «Уставный капитал (уставный капитал, уставный фонд, взносы партнеров)» отражается сумма средств, выделенных владельцами организации для осуществления экономической деятельности.

Четвертый и пятый разделы бухгалтерского баланса предназначены для отражения информации о долгосрочных и краткосрочных обязательствах организации.

Обязательства представляют собой задолженность организации на отчетную дату, погашение которой приводит к сокращению экономических выгод в виде оттока ресурсов.

В составе финансовой отчетности организации отчет о финансовых результатах занимает особое место. Основная цель формирования отчета состоит в обеспечении информацией лиц, заинтересованных в результатах

деятельности организации. Так, информация, содержащаяся в отчете о финансовых результатах, позволяет:

- оценивать изменения в доходах и расходах предприятия в отчетном периоде по сравнению с предыдущим;

- провести анализ состава, структуры и динамики валовой прибыли, прибыли от продаж, чистой прибыли;

- определить факторы, определяющие конечный финансовый результат и динамику рентабельности продаж[13].

Структура отчета о финансовых результатах включает данные об общей выручке компании за период, расходы, связанные с получением этих доходов, и все периодические доходы и расходы, не связанные с определенными видами продукции.

Содержание отчета о финансовых результатах описано в разделе V «Содержание отчета о прибылях и убытках» Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99).

Непосредственно по данным отчёта и финансовых результатах могут быть рассчитаны следующие показатели финансовых результатов:

прибыль (убыток) от прочей реализации (основных средств и иного имущества);

прибыль (убыток) от внереализационной деятельности;

прибыль, остающаяся в распоряжении организации после уплаты налога на прибыль и иных платежей (чистая прибыль);

брутто-прибыль (валовая прибыль) от реализации товаров, продукции, работ, услуг.

Структура отчета о финансовых результатах предприятия содержит данные об общей выручке за период, расходы, связанные с получением этих доходов, и все периодические доходы и расходы, не связанные с конкретными видами продукции[14].

---

[13] Ковалев В. В. Курс финансового менеджмента : учебник / В. В. Ковалев. - 3-е изд. - Москва : Проспект, 2015. С. 95

[14] Бабалыкова И.А., Науменко Т.С., Соляник С.В. Современное назначение отчета о финансовых

Используя анализ показателей отчета о финансовых результатах, можно оценить тенденцию изменений в доходах и расходах компании; изучить анализ состава, структуру и динамику валовой прибыли, прибыли или убытка от продаж, чистой прибыли или убытка; выявить динамику рентабельности продаж; определить факторы, показывающие окончательный финансовый результат предприятия.

1.3. Методика анализа платежеспособности и ликвидности предприятия

Большинство исследователей придерживаются мнения, что платежеспособность определяется главным образом степенью ликвидности предприятия. Поэтому, производя анализ платежеспособности предприятия следует оценивать коэффициенты ликвидности.

По мнению АД. Шеремета, оценить ликвидность и платежеспособность необходимо с помощью ряда абсолютных и относительных показателей, которые характеризуют стоимость собственного оборотного капитала. В этом случае их фактическое присутствие коррелирует с нормой, которая утратила свое значение в настоящее время, поэтому в анализе активно используются относительные показатели - ликвидность и платежеспособность[15]. Ученый включает в анализ финансового состояния концепцию иммобилизации оборотного капитала. При этом, если нет долгов, концепция иммобилизации сводится к узкому диапазону экономических просчетов. В связи с этим мы можем

результатах и особенности его внешнего и внутреннего анализа // Научный журнал КубГАУ. 2015. №101(07).

[15] Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. С. 64

заключить, что анализ платежеспособности рассматривается в этом методе очень узко. Определяется только баланс дебиторской и кредиторской задолженности.

Коэффициенты ликвидности характеризуют обеспеченность предприятия или организации оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. При расчете коэффициентов ликвидности используются строки формы №1 бухгалтерской финансовой отчетности «Бухгалтерский баланс». Форма баланса, с показателями анализируемой во второй главе выпускной работы, помещена в Приложении 1.

Коэффициент абсолютной ликвидности К1 можно характеризовать, как способность компании мгновенно погашать долговые обязательства. Он определяется как отношение денежных и высоколиквидных активов к наиболее срочным обязательствам компании в виде краткосрочных банковских займов, краткосрочных кредитов и разнообразной кредиторской задолженностью:

$$К_{ал} = \frac{\text{(стр. 1240 Форма 1 + стр. 1250 Форма 1)}}{\text{(стр. 1500 Форма 1 – стр. 1530 Форма 1 - стр. 1540 Форма 1)}}$$

Промежуточный коэффициент покрытия К2 можно охарактеризовать способностью компании оперативно высвобождать деньги из экономического обращения и погашать долговые обязательства. К2 определяется как отношение:

(денежные средства + краткосрочные финансовые вложения и расчеты) / краткосрочные обязательства

$$К_{пл} = \frac{\text{(стр. 1240 Форма 1 + стр. 1250 Форма 1 + стр. 1260 Форма 1)}}{\text{(стр. 1500 Форма 1 – стр. 1530 Форма 1 - стр. 1540 Форма 1)}}$$

Для расчета коэффициента оценивается сначала группа статей «краткосрочные финансовые вложения» и «дебиторская задолженность

(платежи по ним компания должна произвести в течение 12 месяцев после отчетной даты)».

Эти статьи баланса уменьшаются на сумму финансовых вложений в неликвидные корпоративные бумаги и неплатежеспособные предприятия и сумму безнадежной дебиторской задолженности, соответственно.

Коэффициент текущей ликвидности К3 выступает общим показателем платежеспособности компании, при расчете которого числитель включает все оборотные активы, в том числе материальные (результат раздела II баланса):

$$К_{тл} = \frac{\text{(стр. 1200 Форма 1 + стр. 1170 Форма 1)}}{\text{(стр. 1500 Форма 1 - стр. 1530 Форма 1 - стр. 1540 Форма 1)}}$$

Для расчета К3 необходимо откорректировать предварительно балансовые статьи, а также «дебиторскую задолженность» (платежи, по которым должны погасится в течение более 12 месяцев)», «запасы» и «прочие текущие активы», а также неликвидные и труднореализуемые активы.

Данный показатель позволяет определить долю, в которой текущие активы покрывают краткосрочные обязательства. Значение этого показателя должно быть не менее 2.

Также используется индикатор, характеризующий собственный оборотный капитал организации. Его можно определить одним из двух способов.

Способ №1. Источники собственных средств минус Внеоборотные активы (третий раздел пассива баланса) (первый раздел балансового актива) делится на оборотные активы (итог II раздела актива баланса).

Способ №2. Оборотные активы - Краткосрочные обязательства (результат раздела V балансовых обязательств) (результат раздела II балансовой стоимости) разделены на оборотные активы (результат раздела II балансовой стоимости активов).

Данный коэффициент должен иметь значение не менее 0,1.

Если отношение текущей ликвидности на конец отчетного периода меньше двух, а отношение собственного оборотного капитала организации к концу отчетного периода составляет менее 0,1, то структура баланса предприятия считается неудовлетворительной, а оно само неплатежеспособным.

Изменение уровня ликвидности можно оценить по динамике собственных оборотных средств компании. Поскольку это значение представляет собой остаток средств после погашения всех краткосрочных обязательств, его рост соответствует увеличению уровня ликвидности.

Соотношение собственных и заемных средств (К4) является одной из характеристик финансовой устойчивости предприятия и определяется как отношение собственных средств к общей сумме обязательств по заемным средствам:

$$К_{сзисс} = \frac{(стр.\ 590 + стр.\ 690)}{стр.\ 490}$$

Существенным показателем платежеспособности и ликвидности организации выступает его собственный оборотный капитал, который определяется как разница между текущими активами и краткосрочными обязательствами. У компании есть собственный оборотный капитал, до тех пор, пока текущие активы превышают краткосрочные обязательства. Этот показатель именуют чистым текущим активом.

Исследователи Донцова Л.В. и Н. Никифорова предложили свою модель для оценки платежеспособности компании, позволяющая классифицировать компанию по одному из шести классов платежеспособности на основе оценки шести финансовых коэффициентов[16].

Таблица 2

Методика оценки платежеспособности Донцовой Л.В.

[16] Донцова Л. В. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности : практикум : учеб. пособие для студентов, обуч. по специальностям "Финансы и кредит", "Налоги и налогообложение" / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - 5-е изд., перераб. и доп. ; Гриф УМО. - Москва : Дело и Сервис, 2015. с. 58

Коэффициенты	Формула	Расчет
Коэффициент абсолютной ликвидности	(Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения) / Краткосрочные обязательства	стр.1250 /(стр.1510+стр1520)
Коэффициент быстрой ликвидности	(Оборотные активы — Запасы) / Краткосрочные обязательства	(стр.1250+стр.1240) / (стр.1510+ стр.1520)
Коэффициент текущей ликвидности	Оборотные активы / Краткосрочные обязательства	стр.1200 / (стр.1510+стр.1520)
Коэффициент финансовой независимости	Собственный капитал / Активы	стр.1300 / стр.1600
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	(Собственный капитал — Внеоборотные активы) / Оборотные активы	(стр.1300-стр.1100) / стр.1200
Коэффициент обеспеченности запасов	Коэффициент оборачиваемости запасов= Выручка от продаж / Средняя величина запасов	стр.2110 / (стр.$1210_{нп.}$+стр.$1210_{кп.}$)*0.5

Кроме того, существует групповой метод анализа платежеспособности предприятия. При использовании этого метода средства по активу группируются по степени их ликвидности в порядке убывания, обязательства по пассиву группируются по срокам их погашения в порядке возрастания.

Таблица 3

Группировка активов по степени ликвидности и пассивов по срочности оплаты

Активы			Пассивы		
Название группы	Обозначение	Состав	Название группы	Обозначение	Состав
Наиболее	А1	ст. 1250 + 1240	Наиболее	П1	стр. 1520

ликвидные активы			срочные обязательства		
Быстро реализуемые активы	А2	стр. 1230	Краткосрочные пассивы	П2	стр. 1510 + 1540 + 1550
Медленно реализуемые активы	А3	стр. 1210 + 1220 + 1260 – 12605	Долгосрочные пассивы	П3	стр. 1400
Трудно реализуемые активы	А4	стр. 1100	Постоянные пассивы	П4	стр. 1300 + 1530 – 12605
Итого активы	ВА		Итого пассивы	ВР	

Оценивая ликвидность баланса предприятия с учетом фактора времени нужно сравнить каждую группу активов с соответствующей группой пассива:

- если выполняется неравенство А1 ≥ П1, то это показывает платежеспособность компании на момент составления баланса, она имеет достаточно абсолютно ликвидных активов для покрытия наиболее неотложных обязательств;

- если выполняется неравенство А2 ≥ П2, то быстрые активы превышают краткосрочные обязательства, и компания может являться платежеспособной в ближайшем будущем, принимая во внимание своевременные расчеты с кредиторами, получая средства от продажи продукции в кредит;

- если выполнено неравенство А3 ≥ Р3, то при своевременном получении денежных средств от продаж и платежей организация может быть платежеспособной на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотного капитала после отчетной даты.

Выполнение первых трех условий автоматически приводит к выполнению условия: А4 ≤ П4. Выполнение этого условия указывает на

соблюдение минимальных условий финансовой стабильности организации, наличия собственного оборотного капитала.[17]

Таким образом, баланс считается ликвидным, а предприятие платежеспособным, если одновременно выполняются следующие условия:

$$А1 \geq П1;\ А2 \geq П2;\ А3 \geq П3$$

Обязательным условием абсолютной ликвидности баланса является выполнение первых трех неравенств. Четвертое неравенство носит балансирующий характер. На практике эти условия не всегда выполняются одновременно. В случае, когда одно или несколько неравенств имеют знак, противоположный значению, установленному в оптимальном варианте, ликвидность баланса более или менее отличается от абсолютной. В этом случае наиболее ликвидные активы и быстро реализованные активы (А1 + А2) сравниваются с первыми двумя группами обязательств, то есть с наиболее срочными обязательствами и краткосрочными обязательствами (П1 + П2), что позволяет определить текущую ликвидность, указав платежеспособность или несостоятельность предприятия на ближайшее время[18].

Сравнение третьей группы активов и обязательств (медленно продаваемых активов с долгосрочными обязательствами) показывает перспективную ликвидность, то есть прогноз платежеспособности компании. Сравнение четвертой группы активов и обязательств указывает на наличие собственного оборотного капитала компании (минимальное условие финансовой стабильности). Таким образом, используя групповой метод, вы можете не только определить ликвидность, но и найти, в какой группе произошел «сбой», что является преимуществом этого метода. Недостатки этого метода включают необходимость времени для группировки активов и обязательств.

---

[17] Жилкина, А. Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия / А.Н. Жилкина. - Москва: Огни, 2017. с. 69

[18] Тюленева Н.А. Современная методика анализа ликвидности бухгалтерского баланса // Проблемы учёта и финансов, №4(12). 2013. с.61

Относительные финансовые показатели (коэффициенты) используются для оценки будущей платежеспособности. Метод коэффициента служит для быстрой оценки способности предприятия выполнять свои краткосрочные обязательства.

Эти показатели имеют следующие недостатки: на основе этих коэффициентов трудно прогнозировать будущие денежные поступления и платежи; возможность завышения показателей за счет неликвидной дебиторской задолженности. В то же время показатели ликвидности не только дают многогранное описание стабильности финансового состояния предприятия, но и отвечают интересам различных внешних пользователей аналитической информации.

Таким образом, расчет и оценка коэффициентов позволяет нам определить степень безопасности краткосрочных обязательств по наиболее ликвидным средствам. Кроме того, метод финансовых коэффициентов позволяет оценить соотношение текущих активов и краткосрочных обязательств для их возможного последующего покрытия. Недостатком этих показателей является то, что на основе этих коэффициентов трудно прогнозировать будущие денежные поступления и платежи, увеличивается вероятность завышения показателей из-за неликвидной дебиторской задолженности.

2. АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ООО « ГОСТИНЫЙ ДВОР»

2.1 Экономическая характеристика ООО «Гостиный двор»

Объект практического исследования компания - Общество с ограниченной ответственностью «Гостиный двор» (далее - ООО «Гостиный двор»).

Предприятие является самостоятельным хозяйствующим субъектом, ведет свою деятельность в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Налоговым кодексом РФ и Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью». Организация является юридическим лицом, имеет собственное имущество, самостоятельный баланс и расчетный счет. Основными документами, на основе которых действует ООО «Гостиный двор», являются Учредительный договор и Устав. В них определяются задачи, права и обязанности органов управления, общий порядок принятия управленческих решений.

Организация зарегистрирована 15 ноября 2005 года по адресу 163000, г. Архангельск, ул. Гайдара, д. 2, корп. 1, помещение 1-Н ведет деятельность в соответствии с кодом ОКВЭД №514000 – «Оптовая торговля непродовольственными потребительскими товарами».

Назначение ООО «Гостиный двор» заключается в распространении на рынке г. Архангельска и регионов Российской Федерации мебели.

Потенциальными потребителями продукции являются юридические лица (небольшие фирмы), учебные учреждения, бюджетные организации.

Дополнительными видами деятельности являются:

1. Распиловка и строгание древесины, пропитка древесины.

2. Производство шпона, фанеры, плит, панелей.

ООО «Гостиный двор» стремится стать высокопрофессиональной, динамично развивающейся компанией, постоянно расширяющей ассортимент предлагаемой продукции. Организация ориентируется на долговременную работу на российском рынке. Поэтому она занимается постоянным поиском новых организационных схем и технологий в сфере управления прибылью.

Система управления исследуемой организации направлена на достижение следующих целей:

- рост качества обслуживания организаций и потребителей;
- рост объема оптовой реализации мебели;
- увеличение доли рынка г. Архангельск и стратегически важных регионов России;
- сокращение издержек обращения и увеличение прибыли от продаж;
- повышение рентабельности используемого капитала (собственного и заемного).

Ассортимент компании схематично представлен на рисунке 2.



Рис. 2 Товарный ассортимент ООО «Гостиный двор»

Компания реализует следующие виды изделий: шкафы (для посуды, книг, белья), комоды, серванты, тумбы, столы (сервировочные, письменные,
обеденные, кухонные), кровати (одинарные, полуторные, двойные), диваны, диваны-кровати, кушетке, тахты, кресла, стулья, кресла-кровати, трельяжи, трюмо, манежи детские и др.

Исследование организационной структуры управления ООО «Гостиный двор» дало результаты, которые можно изобразить в виде следующей схемы (рисунок 3).

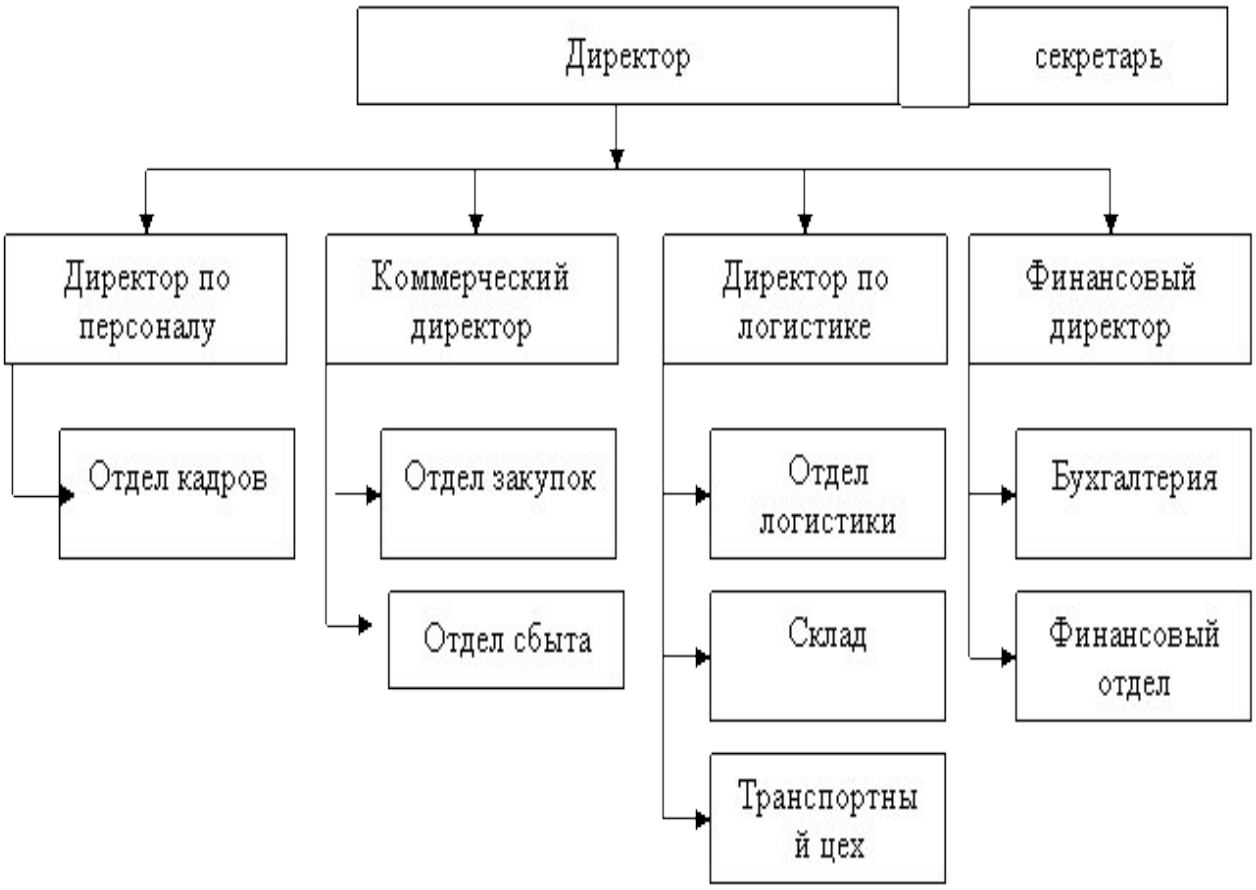

Рис. 3 Организационная структура ООО «Гостиный двор»

Для предприятия ООО «Гостиный двор» характерна линейно-функциональная организационная структура.

Руководство фирмы координирует деятельность сотрудников преимущественно посредством прямого контроля. Принятие всех важнейших решений принадлежит директору и его заместителю, которые учредили фирму. В принципе они в значительной степени напрямую управляют всеми сотрудниками, делегирование власти незначительно. В ранний период существования фирмы, пользуясь некоторыми своими связями, они лично установили устойчивые каналы сбыта мебели, в том числе государственным структурам. Это позволило им заложить будущие успехи фирмы и возможности ее роста.

Основную ответственность за осуществление бизнес-процессов по несет коммерческий директор, он отвечает за закупку и реализацию.

На него одного возложены функции по поиску поставщиков и формированию клиентской базы, а также функции по проведению переговоров и заключению договоров.

В финансовую службу ООО «Гостиный двор» входит бухгалтерия и экономический отдел.

Финансовая служба предприятия занимается:

-планированием;

- осуществлением расчетов;

- анализом финансовой отчетности;

-разработкой инновационных методов и т. д.

Определенным недостатком линейно-функциональной организации управления ООО «Гостиный двор» является утрата гибкости во взаимоотношениях руководителей, менеджеров и других работников. В результате затрудняется и замедляется передача информации между подразделениями и работниками компании, что не может не сказываться на скорости и своевременности принятия управленческих решений.

Основные показатели деятельности организации отражены в аналитической таблице 4.

Таблица 4

Основные показатели деятельности ООО «Гостиный двор»

за 2014-2016 гг. (тыс. руб.)

Наименование показателя	2014г.	2015г.	2016г.	1)(+,–) 2016 от 2014	2) Темп прироста 2016 к 2014, %	3) Темп прироста 2016 к 2015, %
1. Внеоборотные активы	-	-	-	-	-	-
2. Оборотные активы	23	682	805	782	35%	118%
3. Капитал и резервы	-33	428	-176	-143	-533%	-41%

Наименование показателя	2014г.	2015г.	2016г.	1)(+,–) 2016 от 2014	2) Темп прироста 2016 к 2014, %	3) Темп прироста 2016 к 2015, %
4. Долгосрочные обязательства	-	-	-	-	-	-
5. Краткосрочные обязательства	56	254	981	925	1751%	386%
6. Выручка нетто от продаж	204	1493	1195	991	585%	80%
7. Прибыль (убыток от продаж)	-12	505	-2409	-2397	20075%	-477%
8. Себестоимость продаж	-216	-953	-3379	-3163	1564%	354%
9. Чистая прибыль (убыток)	-41	461	-603	-562	1470%	-130%

Для наглядности, представим показатели в графической виде.

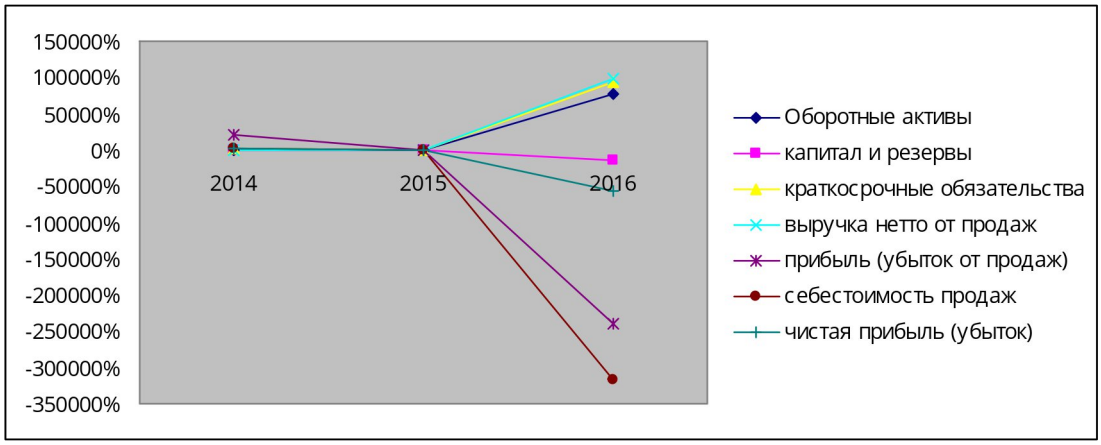

Рис. 4 Динамика основных показателей ООО «Гостиный двор»

В 2016 году по сравнению с 2014 годом финансовые результаты деятельности предприятия неоднозначные:

- оборотные активы выросли в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 118%. Увеличение доли оборотных активов в имуществе ООО «Гостиный двор» положительно характеризует его структуру и свидетельствует о рациональности вложения активов.

- капитал и резервы в 2016 году выросли по сравнению с 2014 годом на (41)% или на (143) тыс. руб. Однако, по сравнению с 2015 годом снизились –(553)%.

- краткосрочные обязательства в 2016 году по сравнению с 2014 годом увеличились на 925 тыс. руб. или на 1751% с 2015 годом. Это произошло из-за увеличения кредиторской задолженности за счет увеличения задолженности перед поставщиками, а также увеличения налоговых обязательств. Увеличение кредиторской задолженности произошло на фоне увеличения запасов компании. На основании этого можно сделать предварительный вывод о том, что, скорее всего приобретенные запасы были куплены с отсрочкой платежа, и срок оплаты на момент составления отчетности не наступил.

Стоит отметить, что у организации нет внеоборотных активов. Это объясняется тем, что организация занимается оптовой торговлей и арендует офис со складом, а из оборудования - мебель и компьютеры, которые под основные средства не попадают, а если раньше попадали - то уже давно амортизировались.

Кроме того, руководство ООО «Гостиный двор» не хочет иметь внеоборотные активы на случай банкротства, чтобы не продавать имущество за долги.

Построим график структуры пассивов баланса ООО «Гостиный двор» (рис.5).

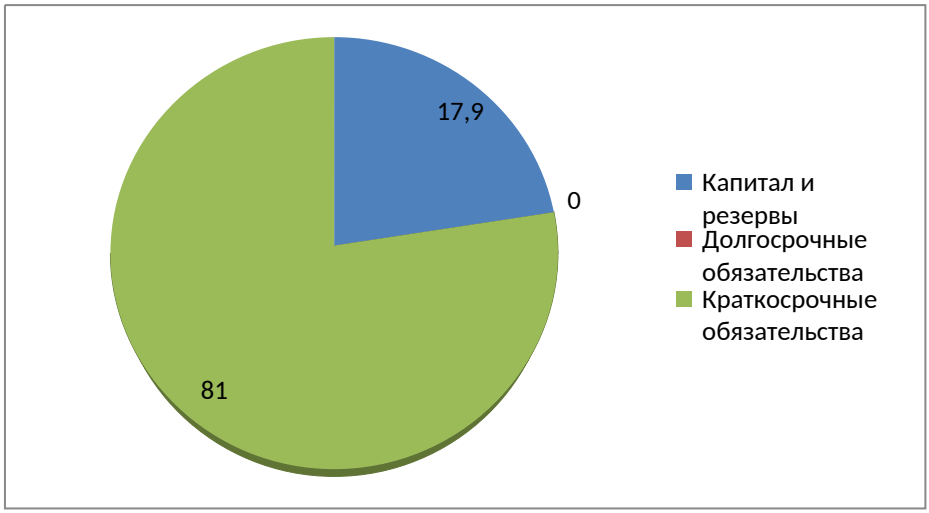

Рис. 5 Структура пассива баланса ООО «Гостиный двор» в 2016 году

Доля краткосрочных обязательств имеет высокую величину. В 2016 году данный показатель увеличился на 386%.

Увеличение удельного веса собственного капитала в общей величине капитала способствует росту финансовой устойчивости предприятия. Однако преобладание краткосрочных заимствований повышает риск утраты финансовой устойчивости. Оптимальное соотношение в структуре капитала 60% заемного и 40% собственного.

В течение рассматриваемого периода выручка предприятия ООО «Гостиный двор» в 2016 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 585% или на 991 тыс. руб. что говорит об увеличении объемов деятельности.

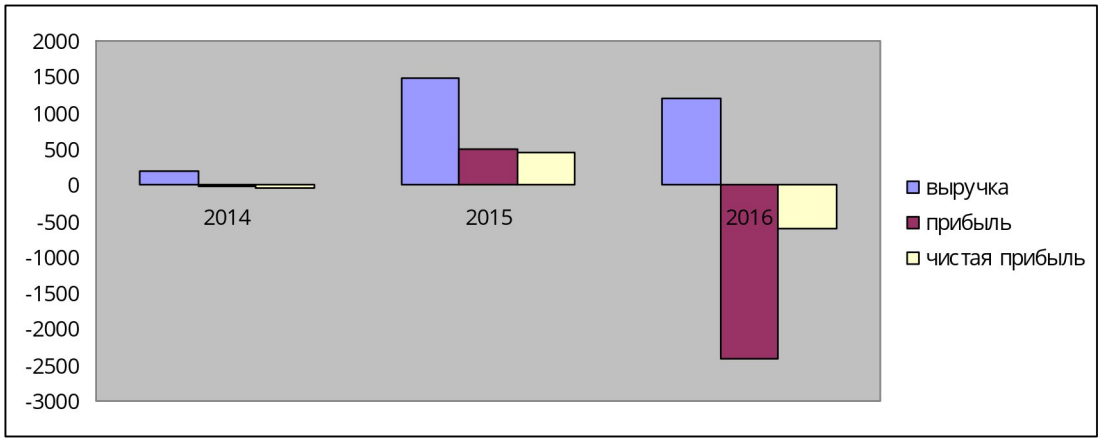

Рис. 6 Динамика показателей финансовых результатов предприятия ООО «Гостиный двор»

Как можно видеть, прибыль от продаж уменьшилась в 2016 году по сравнению с 2014 годом на (2397) тыс. руб.

Не очень позитивным оказался и показатель, характеризующий деятельность рассматриваемого предприятия, показатель чистой прибыли. В течение рассматриваемого периода предприятие стало неприбыльным, причем размер прибыли уменьшился с 2015 года большими темпами, и в 2016 году ее величина составила 603 тыс. руб., что на 130% меньше, чем в 2015 году.

Наиболее распространенной причиной возникновения неплатежеспособности является превышение суммы внешней задолженности (раздел IV + раздел V баланса) над текущими активами (раздел II баланса) предприятия. По данным баланса предприятия ООО «Гостиный двор» сумма внешней задолженности в 2016 году составляет 981 тыс. руб., а сумма текущих активов равна 805 тыс. руб., что говорит о возможных проблемах с платежеспособностью данного предприятия.

2.2 Анализ платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный Двор»

Для оценки платежеспособности предприятия ООО «Гостиный двор» проанализируем три относительных показателя, различающиеся набором ликвидных активов, рассматриваемых в качестве покрытия краткосрочных обязательств.

Показатели ликвидности позволяют определить степень платежеспособности предприятия и возможности своевременно рассчитаться по краткосрочным обязательствам.

В зависимости от степени ликвидности, то есть скорости превращения в денежные средства, активы предприятия разделяются на группы, указанные в таблице 5.

Таблица 5

Оценка ликвидности баланса ООО «Гостиный двор»

АКТИВ	На начало периода	На конец периода	ПАССИВ	На начало периода	На конец периода	Платежный излишек (+,-)	
						На начало периода	на конец периода

1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
Наиболее ликвидные активы (А1) стр. 1240 + стр. 1250	682	802	Наиболее срочные обязательства (П1) стр. 1520	254	981	428	-179
Быстро реализуемые активы (А2) стр. 1230	-	3	Краткосрочные пассивы (П2) стр. 1510 + стр. 1540 +стр. 1550	-	-	-	3
Медленно реализуемые активы (А3) стр. 1210 +стр. 1220 + стр. 1260	-	-	Долгосрочные пассивы (П3) стр. 1400 +стр. 1530	-	-	-	-
Трудно реализуемые активы (А4) стр. 1100	-	-	Постоянные пассивы (П4) стр. 1300	428	176	-428	-176
БАЛАНС	682	805	БАЛАНС	682	805		

Анализ показал, что наиболее ликвидным баланс был на конец 2015 года, так как были выполнены 2, 3 и 4 условия. Графически это продемонстрировано на рисунке 7.

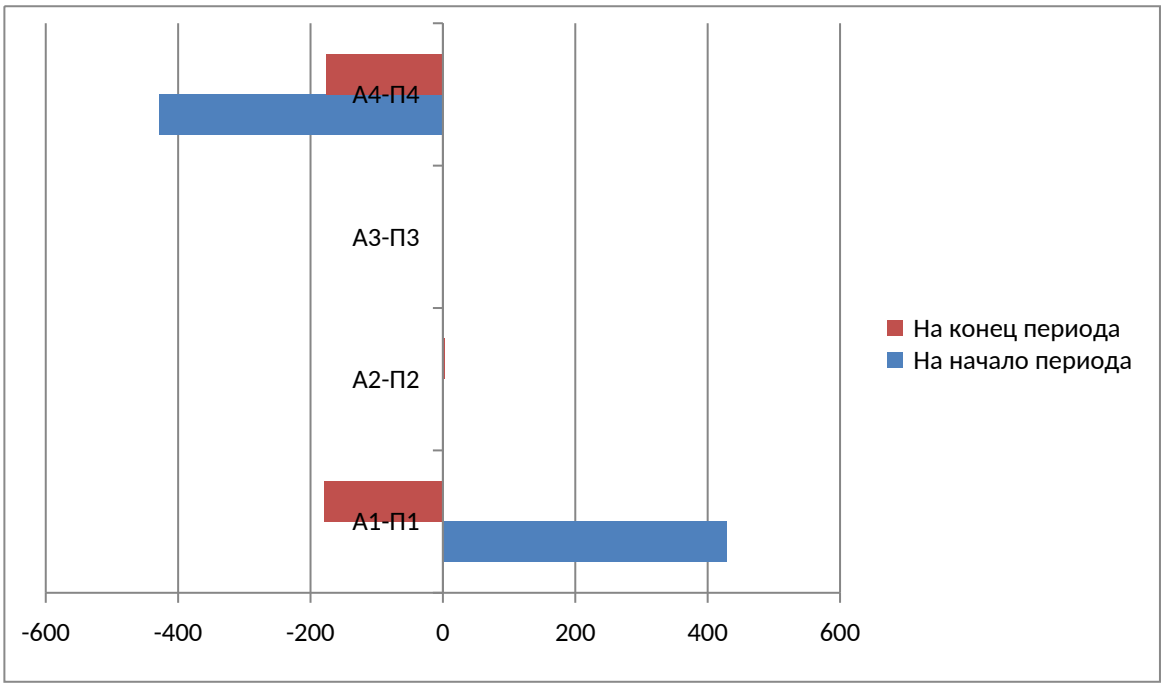

Рис. 7 Сопоставление групп активов и пассивов организации ООО «Гостиный двор» по уровню ликвидности

Баланс предприятия считается абсолютно ликвидным, если соотношение групп активов и пассивов подчиняются условиям: А1 ≥ П1, А2 ≥П2, А3 ≥П3, А4 < П4.

Исходя из полученных результатов, можно охарактеризовать ликвидность баланса торговой организации неабсолютную. Четвертое неравенство, характеризующее абсолютное сравнение для труднореализуемых активов и постоянных пассивов, выполняется. Это обстоятельство является следствием отсутствия внеоборотных активов.

Сопоставление первых двух неравенств свидетельствует о том, что в ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени организации не удастся поправить свою платежеспособность, несмотря на то, что наметившееся снижение платежного недостатка наиболее ликвидных активов для покрытия наиболее срочных обязательств (соотношение по первой группе). В конце анализируемого периода

соотношение было 0,81 к 1 (802:981), хотя достаточным значением для коэффициента срочности является соотношение 0,2 к 1.

Текущая и перспективная ликвидность также недостаточные. Это свидетельствует о неустойчивом финансовом положении ООО «Гостиный двор» на ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени и в перспективе, выходящей за рамки 2016 г. Очевидно, что в 2017 г. организация вступает с серьезными финансовыми проблемами.

Более детальным является анализ платежеспособности при помощи финансовых коэффициентов. Показатели платежеспособности Общества на конец отчетного периода были отрицательными.

Таблица 6

Финансовые коэффициенты платежеспособности

Коэффициенты платежеспособности	Способ расчета	На начало периода	На конец периода	Отклонения (+ ,-)	Нормальное ограничение
Коэффициент общей платежеспособности	L1= (А1+0,5*А2+0,3*А3) / (П1+0,5*П2+0,3*П3)	2,6	0,81	-1,78	>1,0
Коэффициент абсолютной ликвидности	L2=А1/(П1+П2)	2,6	0,81	-1,78	> 0,1-0,7
Коэффициент «критической оценки»	L3= (А1 + А2) / (П1 + П2)	2,6	0,81	-1,78	допустимое: 0,7-0,8 оптимальное: 1,0
Коэффициент текущей ликвидности	L4= (А1+А2+А3) / (П1+П2)	2,6	0,81	-1,78	= 1,0 оптимальное: 2,5-3,0
Коэффициент маневренности	Км= Собственные оборотные средства/ Собственный капитал	1	1	-	рекомендовано в пределах от 0.2-0.5

Из данных таблице 6 видно, что динамика рассчитанных коэффициентов ликвидности отрицательная.

1. Коэффициент общей платежеспособности показывает способность организации покрыть все свои краткосрочные и долгосрочные обязательства всеми активами. На конец отчетного периода данный показатель уменьшился на 1,78 и составил 0,81 при значении нормального ограничения > 1,0. Только около 30% обязательств торговой организации могут быть покрыты активами, имеющие степень ликвидности А1, А2, А3.

Динамика показателей коэффициента общей платежеспособности за отчетный период представлена на рисунке 8.

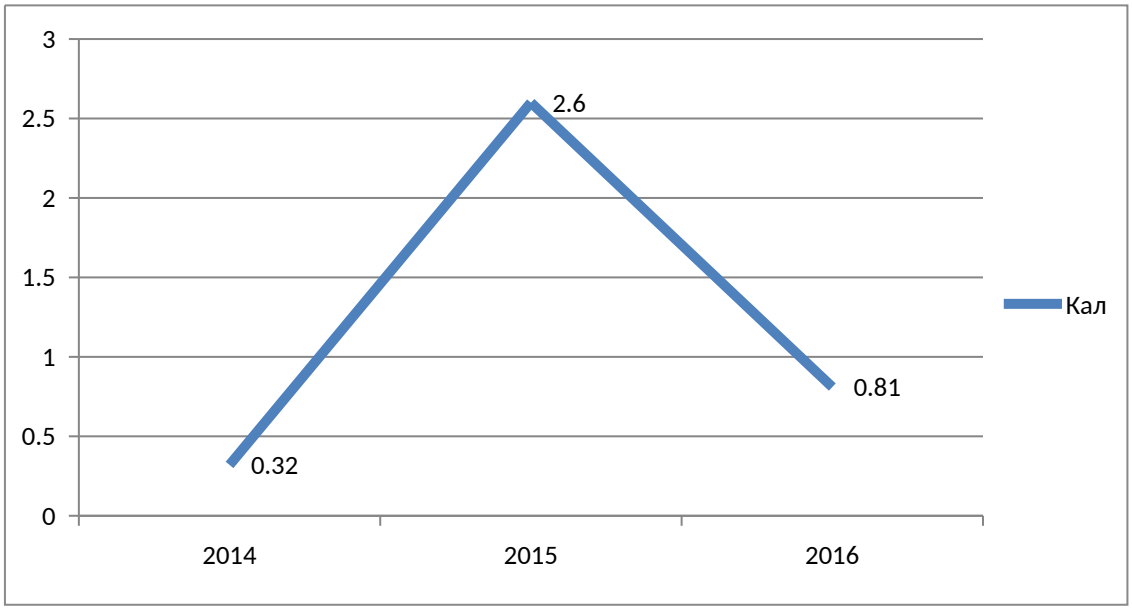

Рис. 8 Динамика показателей коэффициента общей платежеспособности за отчетный период

2. Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, что в конце отчетного периода организация могла оплатить лишь 81% своих краткосрочных обязательств за счет денежных средств и приравненных к ним финансовым вложений. Значение коэффициента более чем на 20% ниже нормативного.

3. Коэффициент критической оценки показывает, какая часть краткосрочных обязательств организации может быть немедленно

погашена за счет денежных средств, средств в краткосрочных ценных бумагах, а также поступлений по расчетам различных дебиторов. Данный коэффициент находится в норме (нормальным считается значение 0,7-0,8, оптимальным - 1).

4. Коэффициент текущей ликвидности L4 позволяет установить, в какой кратности текущие активы покрывают краткосрочные обязательства. Это главный показатель платежеспособности. Нормальным значением для данного показателя считаются соотношения от 1,5 до 3,5. Для исследуемой организации ООО «Гостиный двор» его значение составило на конец 2016 г. 0,81 (снижение за год – 1,78). Следовательно, нормативное значение коэффициент текущей ликвидности для организации не выполняется. Низкие значения коэффициента текущей ликвидности характеризуют неудовлетворительное финансовое состояние ООО «Гостиный двор». Это предопределяет необходимость расчета коэффициента восстановления платежеспособности L8. Однако совершенно очевидно, что его значение будет меньше 1, и платежеспособность за ближайшие 6 месяцев не будет восстановлена.

5. Коэффициент маневренности собственных средств зависит от структуры капитала и специфики отрасли. Данный показатель за последние годы находится на уровне 1, что говорит о способности предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников, однако является недостаточной.

Общий анализ динамики рассчитанных коэффициентов ликвидности свидетельствует, что платежеспособность организации ООО «Гостиный двор» исключительно низкая в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах. Динамика коэффициентов почти всегда отрицательная. При этом, дефицит источников собственных средств предприятия является основным фактором, который обусловил

чрезвычайно низкие значения коэффициентов платежеспособности и ликвидности предприятия ООО «Гостиный двор».

Проведем предварительную оценку несостоятельности (банкротства) ООО «Гостиный двор».

По расчетам коэффициентов платежеспособности и ликвидности установлено, что значение коэффициента текущей ликвидности на конец 2016 г. составило: 0,81 < 2. Следовательно, торговая организация ООО «Гостиный двор» не может расплатиться по долгам, не допуская обращения взыскания на свое имущество. Иными словами, данное предприятие не может обеспечить защиту кредиторов от высокого риска неплатежей.

Значение коэффициента обеспеченности собственными средствами - положительное: 0,21 < 0,1. Следовательно, предприятие ООО «Гостиный двор» может покрыть собственными средствами необходимые для осуществления своей деятельности оборотные средства.

Рассчитаем и проанализируем коэффициент восстановления платежеспособности:

$$L8 = (0,81+(6/12)*(0,81-2,6))/2 = 0,36$$

Значение коэффициента восстановления платежеспособности меньше 1, что отражает отсутствие тенденции восстановления платежеспособности предприятия ООО «Гостиный двор» в первой половине 2017 г.

2.3 Анализ финансовой устойчивости ООО «Гостиный двор»

Определим тип финансовой устойчивости предприятия ООО «Гостиный двор». Для этого на основе методики расчета абсолютных показателей финансовой устойчивости произведем расчет реального собственного капитала организации (таблица 7).

Таблица 7

Реальный собственный капитал ООО «Гостиный двор», тыс. руб.

Показатели	На начало период	На конец периода	Изменение, тыс. руб. (+/-)	Темп изменения, %
1. Капитал и резервы (итог разд. III баланса)	428	-176	-252	-41
2. Доходы будущих периодов	-	-	-	-
3. Балансовая стоимость собственных Акций, выкупленных у акционеров	-	-	-	-
4. Задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал	-	-	-	-
5. Целевые финансирование и поступления	-	-	-	-
6. Реальный собственный капитал	428	-176	-252	-41

Из данных таблице 7 следует, что в организации ООО «Гостиный двор» в течение отчетного 2016 года наблюдалась отрицательная динамика величины капитала и резервов на 252 тыс. руб.

Снижение собственного капитала при общем ухудшении платежеспособности свидетельствуют о правильной шагах руководства предприятия в этом направлении.

В силу неоднозначности полученных выводов продолжим аналитическое исследование пассивов. Проанализируем состав и изменение скорректированных заемных средств ООО «Гостиный двор» в течение 2016 г. (таблица 8).

Таблица 8

Скорректированные заемные средства ООО «Гостиный двор», тыс. руб.

Показатели	На начало период	На конец периода	Изменение, тыс. руб. (+/-)	Темп изменения, %
1. Долгосрочные обязательства (итог разд. IV)	-	-	-	-

2. Краткосрочные обязательства	254	981	727	386
3. Целевое финансирование и поступления	-	-	-	-
4. Доходы будущих периодов	-	-	-	-
5. Скорректированные заемные средства	254	981	727	386

Данные таблицы 8 свидетельствуют о повышении краткосрочных обязательств предприятия ООО «Гостиный двор» на сумму 727 тыс. руб. и отсутствие долгосрочных обязательств. Это является следствием повышение кредиторской задолженности поставщиков и кредиторов исследуемой организации.

Важнейшей задачей анализа финансовой устойчивости является оценка независимости от заемных источников финансирования.

Наиболее точным способом оценки финансовой устойчивости является расчет коэффициентов, представленных в таблице 9.

Таблица 9

Показатели финансовой устойчивости

Показатели	Способ расчета	На начало периода	На конец периода	Отклонения (+ ,-)	Нормальное ограничение
Коэффициент капитализации U1	U1= (стр. 1400+стр. 1500)/ стр.1300	0,59	5,57	4,98	не выше 0,7
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования U2	U2=(стр.1300-стр.1100)/ стр.1200	0,62	0,21	-0,40	нижняя граница: ОД оптимальное значение: > 0,5
Коэффициент финансовой независимости U3	U3= стр.1300/стр.1700	0,61	0,21	-0,39	> 0,4-0,6
Коэффициент финансовой устойчивости U4	U4= (стр. 1300+стр. 1400) / стр.1600 или стр.1700	0,62	0,21	-0,40	>0,6

В связи с двукратным снижением в отчетном периоде капитала и резервов до 176 тыс. рублей при одновременном значительном увеличении краткосрочных обязательств на 727 тыс. рублей показатели финансовой устойчивости ухудшились и находятся за пределами установленных для них ограничений.

1. Коэффициент финансового рычага отражает соотношение заемного и собственного капитала предприятия. Коэффициент капитализации на конец отчетного периода составил 5,57 (на начало периода он составлял 0,62) при рекомендуемом для соблюдения требования финансовой устойчивости значении не выше 0,7. В 2016 году его величина увеличилась в разы. Таким образом, предприятие теряет финансовую независимость, и его финансовое положение становится крайне неустойчивым. Таким образом, доля собственного капитала по отношению к заемному увеличилась и на 1 рубль вложенных в активы собственных средств Общество привлекает 5 рублей заемных.

Анализируя данные, характеризующие состав и структуру источников финансирования имущества ООО «Гостиный двор», можно сделать вывод о том, что в 2016 году соотношение собственного и заемного капитала составляет 18% к 82%, в 2015 году 59% к 41% соответственно. В 2014 году имущество предприятия было сформировано на 30% за счет собственных источников. Процентное соотношение собственного и заемного капитала за 2014- 2016 гг. наглядно можно видеть на рисунке 9.

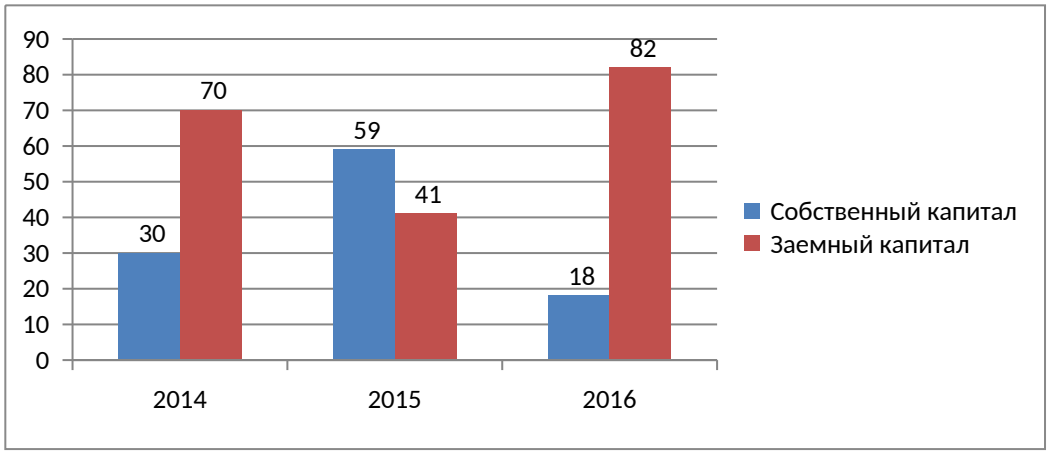

Рис. 9 Динамика капитала ООО «Гостиный двор» 2014-2016 гг.

В целом можно сделать вывод о том, что финансовая устойчивость ООО «Гостиный двор» в 2016 году значительно снизилась в сравнении с 2015 годом.

2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами снизился на 0,40 и составил 0,21 при нижней границе = 0,1. Следовательно, финансирование оборотного капитала в меньшей степени стало зависеть от привлеченных источников.

3. Коэффициент финансовой независимости на конец отчетного периода составил 0,21. Его снижение свидетельствует об увеличении удельного веса собственных средств в общей сумме источников финансирования.

4. Коэффициент финансовой устойчивости на конец отчетного периода
составил 0,21 при рекомендуемом значении > 0,6. Таким образом, доля устойчивых источников финансирования у предприятия снизилась.

В целом расчет и анализ динамики основных коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость предприятия, показывает низкую платежеспособность и неустойчивость финансового состояния ООО «Гостиный двор» за период 2016 г. Это связано, прежде всего, с недостаточной величиной собственного капитала, собственных источников оборотных средств, сокращением оборотных активов предприятия.

Некоторая позитивная динамика показателей финансовой устойчивости присутствует, и остается предположить возможность выхода ООО «Гостиный двор» из затруднительного финансового положения, близкого к банкротству. Однако в организации ООО «Гостиный двор» наблюдается отток денежных средств.

Отрицательным моментом в движении денежных средств организации является превышение оттока средств над их притоком. Для финансовой стабильности должно быть наоборот. Анализ показывает

также, что в организации сложилась опасная ситуация, когда отток средств от деятельности превысил приток денежных средств. Необходимым условием финансовой устойчивости является такое соотношение притоков и оттоков средств, которое обеспечило бы увеличение финансовых ресурсов, достаточное для осуществления инвестиций в основной капитал организации.

Проведем рейтинговую оценку финансового состояния организации и вероятности банкротства. Используя критерии, приведенные в табл. 9, составим табл. 10.

С помощью критериальной рейтинговой оценки банкротства можно установить неустойчивое финансовое состояние ООО «Гостиный двор». Количество баллов (0; 0) не позволяет отнести данное предприятие даже к категории организаций с очень высоким риском банкротства.

В целом расчет и анализ динамики основных коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость предприятия, показывает низкую платежеспособность ООО «Гостиный двор» за период 2016 г. Это связано, прежде всего, с недостаточной величиной собственного капитала и собственных источников формирования оборотных средств торгового предприятия.

Таблица 10

Рейтинговая оценка финансового состояния и вероятности банкротства ООО «Гостиный двор»

Показатель	На начало периода		На конец периода	
	фактический уровень показателя	количество баллов	фактический уровень показателя	количество баллов
1. Коэффициент абсолютной ликвидности, L2	0,02	0	0,01	0
2. Коэффициент критической оценки, L3	0,49	0	0,30	0
3. Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия), L4	0,57	0	0,66	0
4. Коэффициент обеспеченности собственными источниками	0,39	0	-1,9	0

финансирования, U2				
5. Коэффициент финансовой независимости (автономии), U3	0,77	0	0,09	0
6. Коэффициент финансирования, U4	0,09	0	0,10	0
Итого	-	0	-	0

Особенно странным представляется то, что при увеличении уровня чистой прибыли и прибыли от основной деятельности организация делает все для ее наращения – увеличивая краткосрочные обязательства. Похоже, что руководство готовится к финансовому «рывку» в надежде на преодоление сложившегося финансового положения. Однако хватит ли на это сил? Покажет практика. Но не дожидаясь развития событий, сформулируем предложения и рекомендации, направленные на преодоление финансовой неустойчивости и рассчитаем финансовые показатели, иллюстрирующие их реализацию.

3. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ ООО «ГОСТИНЫЙ ДВОР»

3.1 Возможные причины неплатежеспособности и неликвидности

Банкротство предприятия может не обязательно возникать на стадии кризиса или общего спада в экономике. Благоприятные внешние условия в период экономического роста обычно способствуют расширению экономической деятельности, увеличению продаж или продукции, приводящая к усилению конкуренции на рынках товаров и услуг, и в такой ситуации многие компании оказываются не конкурентоспособны из-за неэффективного развития и стратегии управления бизнесом и финансами. У данных компаний начинаются проблемы с платежеспособностью и ликвидностью.

Неплатежеспособное предприятие – это предприятие у которого в связи с недостаточностью ликвидных (быстрореализуемых) активов, переходит от режима своевременного исполнения обязательств в режим ненадлежащего исполнения. Неплатежеспособное предприятие поглощает (с задержкой или безвозвратно) ресурсы кредиторов: денежные средства, товары, услуги; формирует задолженность по обязательным платежам в бюджет и внебюджетные фонды. Данное предприятие наносит финансовый ущерб своим кредиторам и получателям бюджетных средств.

По результатам проведенного исследования невозможно полностью говорить о том, что баланс ООО «Гостиный двор» является абсолютно ликвидным, т.е. сумма краткосрочных обязательств превышает сумму располагаемых денежных средств. Платежеспособность компании находится на очень низком уровне.

Большая доля заемных средств в источниках, привлекаемых для финансирования предпринимательской деятельности, с одной стороны, указывает на усиление финансовой нестабильности, а с другой стороны об активном перераспределение (в условиях инфляции и невыполнение финансовых обязательств во времени) доходов от кредиторов до предприятия.

В рассматриваемой организации отсутствуют долгосрочные источники формирования внеоборотных активов. В результате оно вынуждено использовать краткосрочные заемные средства. Таким образом, можно видеть, что краткосрочные обязательства стали основным источником формирования оборотных активов, что связано с увеличением финансовых рисков деятельности данной организации.

Следовательно, использование заемного капитала оправдано, если размер дополнительного дохода, предоставляемого заемными средствами, покрывает расходы на обслуживание кредита. В ситуации, когда сумма расходов на обслуживание кредиторской задолженности превышает размер дополнительного дохода от ее использования, финансовое положение,

сокращение прибыли, дальнейшее увеличение задолженности и потеря финансовой независимости неизбежны. Поэтому, главной задачей финансового менеджера является проведение постоянного анализа по оценке эффективности привлечения заемных средств.

Коэффициент текущей ликвидности компании ООО «Гостиный двор» существенно ниже допустимой нормы, что свидетельствует о занижении текущих активов перед краткосрочными обязательствами, в результате нет резерва, за исключением наличных средств. Следовательно, кредиторы не могут быть уверены в том, что кредиты будут покрыты и выплачены. Что касается коэффициента абсолютной ликвидности, если компания в состоянии погасить свои долги на 20-25%, то ее платежеспособность считается нормальной. В данном случае показатель невероятно низок, что указывает на отсутствие наличных денег после выплаты всех долгов.

Кроме того, у предприятия ООО «Гостиный двор» наблюдается низкая доля собственного капитала, что означает высокую степень финансового риска и малые потенциальные возможности привлечения дополнительных средств. В совокупности с низкой долей уставного капитала предприятие может стать банкротом.

Капитал предприятия выступает одним из факторов производства наряду с природными и трудовыми ресурсами. Под капиталом компании понимается сумма уставного капитала, нераспределенную прибыль, которая включена в баланс организации. Размер капитала - это разница между стоимостью активов организации и ее кредиторской задолженностью. Стоимость капитала выступает показателем рентабельности операционной деятельности, то есть является минимальной нормой формирования операционной прибыли организации.

Особое внимание в ООО «Гостиный двор» следует уделить проблеме, связанной с формированием и использованием собственного капитала. Данная организация осуществляет свою хозяйственную деятельность за счет прибыли от основного бизнеса и другого дохода. Эти

источники очень ненадежны в нынешних экономических условиях, их величина может постоянно меняться. Основной причиной использования рассматриваемых источников является противодействие низкой доли уставного резервного капитала в значительной доле дополнительного капитала и нераспределенной прибыли. Несомненно, ключевыми проблемами организации являются значительная доля заемных средств в отношении к собственным средствам.

3.2 Возможности повышения платежеспособности и ликвидности ООО «Гостиный двор»

Финансовая устойчивость является во многом управляемым фактором деятельности организации. Поэтому необходима разработка мероприятий по финансовому оздоровлению ООО «Гостиный двор».

Стратегию финансового оздоровления ООО «Гостиный двор» рассмотрим как комплекс реорганизационных мероприятий по восстановлению платежеспособности предприятия, его жизнестойкости, предупреждению банкротства или повышения конкурентоспособности. Она нацелена на сохранение предприятия путем разработки и реализации комплексной программы его оздоровления и развития и включает систему

ревизионных мер, направленных на выявление и устранение неэффективных структурных элементов и зон неблагополучия, выявление и использование скрытых резервов и дополнительных стимулов.

Стоит отметить, что решение проблем финансового оздоровления предприятия возможно при использовании универсальных и типовых мероприятий, которые обеспечивают вывод его из финансового кризиса. Системы данных мероприятий, реализуемых на базе соответствующего научно-методического обеспечения и направленные на достижение определенных целей, образуют механизмы обеспечения финансовой устойчивости. Они подразделяются на внутренние механизмы, используемые самим предприятием, и внешние, реализуемые при помощи сторонних юридических или физических лиц. Основными видами внутренних механизмов финансового оздоровления предприятия являются: оперативный, тактический и стратегический (таблица 11).

Таблица 11

Внутренние механизмы финансового оздоровления компании

Этапы финансового оздоровления	Механизмы финансового оздоровления		
	Оперативный	Тактический	Стратегический
Устранение неплатежеспособности предприятия	Система мероприятий финансового оздоровления, обеспечивающая «отсечение лишнего»	----	----
Восстановление финансовой устойчивости предприятия	----	Система мероприятий финансового оздоровления, осуществляющая «сжатие предприятия»	----
Обеспечение финансового равновесия	----	----	Система мероприятий финансового

предприятия в длительном периоде			оздоровления, основанная на устойчивом экономическом росте

Отметим, что в условиях кризисного финансового состояния, в котором находится предприятие ООО «Гостиный двор» в 2016 г., могут быть применены чрезвычайные меры, способствующие восстановлению платежеспособности, однако реализация их либо требует достаточно длительного промежутка времени, либо нежелательна, поскольку связана с уменьшением потенциала предприятия или негативными изменениями, которые могут сказаться в будущем.

Кроме того, в краткосрочном аспекте деятельности ООО «Гостиный двор» критерием становится максимизация или экономия денежных средств. При этом максимизация денежных средств может и должна осуществляться мерами, не приемлемыми с позиций обычного управления. Антикризисное управление допускает любые потери (в том числе и будущие), ценой которых можно добиться восстановления платежеспособности предприятия сегодня. Выход из кризиса может быть осуществлено и увеличением поступления денежных средств (максимизацией), и уменьшением текущей потребности в оборотных средствах (экономией).

Анализ показал, что в ООО "Гостиный двор" наблюдается постоянный рост себестоимости на фоне переменной динамики выручки. Это означает, что рентабельность продаж предприятия не является постоянной и имеет тенденцию к снижению в конце исследуемого периода.

Себестоимость в 2016г. выросла, причем, существенно, несмотря на снижение выручки – что и вызвало снижение рентабельности продаж. Низкая эффективность торговой деятельности ООО "Гостиный двор" и явилась причиной накопления долгов перед кредиторами, что выразилось в снижении платежеспособности. Это означает, что важнейшим направлением

повышения платежеспособности для данного предприятия, в первую очередь, является повышение эффективности торговой деятельности.

Одна из причин тому, что ее эффективность в последние годы снизилась – отсутствие на предприятии отдела маркетинга, т.е. такой организационной структуры, в обязанности которой входили бы:

- оптимизация товарооборота (выявление мало- и высокорентабельных товаров),

- оптимизация условий продаж товаров (разработка систем скидок).

По рисунку 3 видно, что в организационной структуре ООО "Гостиный двор" присутствуют отдел закупок, отдел сбыта и отдел логистики, которые, отчасти, выполняют отдельные виды маркетинговых функций. Причем, подчинены эти отделы разным руководителям. Каждый отдел занимается своими функциями, зачастую, имеющими рутинный характер. Но, цельное, творческое управление маркетингом на данном предприятии – отсутствует на данный момент.

В 2015г. такое положение дел, отчасти, оправдывалось удачным стечением обстоятельств, сложившейся конъюнктурой рынка. Однако, в последующем, 2016г., в том числе и в силу кризиса. Рыночные факторы сыграли не в пользу ООО "Гостиный двор". Последнее не смогло адаптироваться к рыночным реалиям, в том числе, и по причине отсутствия маркетинговых стратегии и тактики.

Поэтому, видится целесообразным организовать в ООО "Гостиный двор" отдел маркетинга. Так как этот отдел, отчасти, будет оптимизировать выполнение функций ряда других отделов, то есть будет служить для оптимизации слаженности функционирования коммерческой деятельности разных отделов, то целесообразно подчинить его непосредственно директору предприятия (во главе с руководителем отдела маркетинга, конечно). Не стоит, на наш взгляд, подчинять его коммерческому директору – иначе получится лишь дополнительное структурное звено, выполняющее

формальные отписки и отчеты, но не приносящее существенной пользы для предприятия.

Отсутствие отдела маркетинга и является тем самым узким звеном на предприятии, которое не позволяет повысить эффективность его коммерческой деятельности, что, в свою очередь, обуславливает резкий рост неплатежеспособности.

Проанализируем расходы на организацию отдела маркетинга. В условиях неплатежеспособности, предлагается использовать двух работников ООО "Гостиный двор": одного - из отдела закупок (старшего менеджера, который будет также выполнять функции директора отдела), другого – из отдела сбыта, за что им будет полагаться ежемесячная доплата, в среднем, в размере 10 тыс. руб. В будущем, конечно, планируется расширение штата отдела маркетинга, быть может, даже с привлечением сторонних квалифицированных специалистов или консалтинговых фирм.

Заработная плата двух указанных работников (с премиями, доплатами) составит 20 тыс. руб. в месяц. Так как их деятельность будет осуществляться на уже арендуемых площадях ООО "Гостиный двор", то дополнительных затрат на аренду, охрану офиса и аналогичных затрат не возникнет.

Приобретение дополнительной оргтехники, прочие материальные затраты, ориентировочно принимаем равными 10 тыс. руб. единовременно. Так как, в первое время, деятельность сотрудников отдела маркетинга будет осуществляться на уже имеющихся компьютерах и иной оргтехнике, приобретать новую технику пока нет надобности.

Управленческие расходы – 2000 руб./мес. Расходы на связь – 1000 руб./мес. Прочие коммерческие расходы – 3 тыс. руб. Итого в первый месяц на организацию маркетингового отдела потребуется 44,6 тыс. руб. (см. табл. 12).

По опыту работы отдела маркетинга других аналогичных предприятий города, уже только то, что существуют конкретные люди, определяющие политику продаж и ее оптимизацию, как правило, приводит к повышению

эффективности продаж товаров. Экономия руководства на этом, иной раз, приводит к еще большей потере прибыли.

Таблица 12

Затраты на создание отдела маркетинга

Показатель	Сумма, тыс. руб. в первый месяц	Сум
Заработная плата работников (с премиями, доплатами)	20,0	
НДФЛ (13%)	2,6	
Социальные отчисления, в том числе обязательные (30%)	6,0	
Приобретение оргтехники, прочих материалов	10,0	
Управленческие расходы	2,0	
Расходы на связь	1,0	
Прочие коммерческие расходы	3,0	
Итого	44,6	

Отметим, что более грамотное управление торговой, коммерческой деятельностью позволит повысить уровень прибыли, увеличить приток денежных средств на предприятие. Следовательно, предприятию потом можно будет более свободно экспериментировать, варьируя уровнем цен, товарным ассортиментом, не опасаясь снижения выручки, если, конечно, оно будет в допустимых пределах.

Рассмотрим, какие именно мероприятия может выполнить новообразованный отдел маркетинга в ООО "Гостиный двор". В первую очередь, это – оптимизация товарооборота. Целесообразно выявить на предприятии такие товары, которые являются наиболее и наименее рентабельными.

Продажи наиболее рентабельных товаров следует всячески стимулировать, в том числе, путем применения скидок и иных привлекательных для покупателей систем продажи. Тогда как наименее рентабельные товары следует, пока предприятие не выберется из долгов, прекратить продавать.

Анализ рентабельности дает следующие данные, приведенные в

таблице 13.

Таблица 13

Рентабельность товаров, продаваемых ООО "Гостиный двор" в 2016г.

Товар	Рентабельность продаж, %	Удельный вес в структуре товарооборота, %
Шкафы (для посуды, книг, белья)	-252,6	25,6
Столы (сервировочные, письменные, обеденные, кухонные)	5,3	7,8
Кровати (одинарные, полуторные, двойные)	13,5	12,9
Диваны, диваны-кровати	-189,2	27,2
Стулья	12,7	5,7
Детская мебель	-50,4	1,9
Прочие товары	-387,5	18,9
Итого	-	100,0
В среднем	-200,1	-

Можно видеть, что наименее рентабельными являются прочие товары, шкафы (для белья, посуды, книг), а также диваны, диван-кровати. С одной стороны, это – достаточно актуальный для покупателей товар. С другой - ООО "Гостиный двор" реализовало их в 2016г. себе в убыток, причем – существенный. Это вызвано разными причинами, в том числе – неоптимальная торговая политика, неэффективный выбор поставщиков этих видов товаров. Следовательно, целесообразно ограничить продажу указанных видов товаров до минимума.

Проведем расчет (теоретически) прибыли, которую могло бы получить ООО "Гостиный двор" в случае исключения указанных высокоубыточных для него товаров, из продаж (см. табл. 14).

Таблица 14

Расчет прибыли ООО "Гостиный двор" при условии исключения товаров, дававших основной вклад в убыток 2016г.

Товар	Рентабельность продаж, %	Удельный вес в структуре товарооборота, %	Объем выручки, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.

Столы (сервировочные, организация письменные, обеденные, кухонные)	5,3	7,8	93,2	88,3	4,9
Кровати (одинарные, предприятия полуторные, двойные)	13,5	12,9	154,2	133,3	20,8
Стулья	12,7	5,7	68,1	59,5	8,7
Детская мебель	-50,4	1,9	22,7	34,1	-11,4
Итого	-	28,3	338,2	315,2	23,0

Можно сделать вывод, что исключение высокоубыточных товаров позволило бы избавиться от убытка в 2016г. и даже получить небольшую прибыль, равную 23,0 тыс. руб. Отметим, однако, что не стоит полностью прекращать торговлю детской мебелью, несмотря на ее убыточность. Дело в том, что это – товар, сопутствующий всем остальным видам товаров, продаваемых в ООО "Гостиный двор". И, что наиболее важно, покупатели нередко идут в этот магазин именно за детской мебелью, но в итоге покупают иной товар. Поэтому в дальнейших расчетах этот вид товаров будет фигурировать, хотя он и снижает величину экономического эффекта.

Средняя рентабельность приведенных в таблице 14 видов товаров составит

$r_п^{ср+}$ = 23,0/338,2х100% = 6,8%.

Таким образом, экономический эффект только от исключения из товарооборота убыточных товаров мог составить

$Э_1$ = 2409,0 – 23,0 = 2386,0 тыс. руб.

Вероятно, торговля такими товарами в 2016г. осуществлялась, скорее, для ассортимента, для поддержания покупательского спроса и, соответствующей доли на рынке. Однако, подобная коммерческая политика является неоправданной в условиях кризиса и, тем более, неплатежеспособности предприятия.

Тем самым, затраты на создание и функционирование отдела маркетинга уже окупятся.

Далее возникает вопрос – каким образом повысить объем прибыли ООО "Гостиный двор". В целях повышения эффективности продвижения товара анализируемого предприятия целесообразно также ввести ряд скидок. Виды их, которые предлагается предоставлять компанией, можно систематизировать следующим образом:

- скидка на купленный объем товара. Она дается на общую массу купленных в течение года, а не на партию заказанных товаров, и может достигать 6% и более, особенно для крупных покупателей;
- скидка за достижение цели дается, когда достигнут согласованный объем рыночных продаж. Целесообразно такую скидку назначить в диапазоне 1-3% объема продаж;
- скидка за ликвидность, когда устанавливаются 1,5% -ные скидки на объемы продаж при оплате поставленного товара в течение 40 или 60 дней;
- специальные скидки за продвижение товара (0,5-1%) во время особых кампаний распродаж;
- праздничные скидки за раннее получение товаров во время праздников (чем раньше покупатель заберет товар, тем больший процент скидки он получит);
- скидка 2% при оплате товара в течение 10 дней при сроке платежа 30 дней.

Фактически, использование системы скидок будет означать в той или иной мере снижение цены товара – в рамках стратегии дифференцированных цен. Структурная модель ценовой политики представлена на рисунке 10.

Помимо оптимизации ценовой политики ООО "Гостиный двор", важным направлением совершенствования продвижения продукции является совершенствование коммуникационной политики. Коммуникационная или рекламная деятельность требует значительных финансовых средств, поэтому очень важны ее целенаправленность, эффективность, своевременность.

Определение эффективности рекламной деятельности предполагает проведение анализа структуры расходов на рекламу как в целом, так и по отдельным элементам: на проведение рекламных кампаний, на использование конкретных рекламных средств, на изготовление рекламных материалов и их распределение.

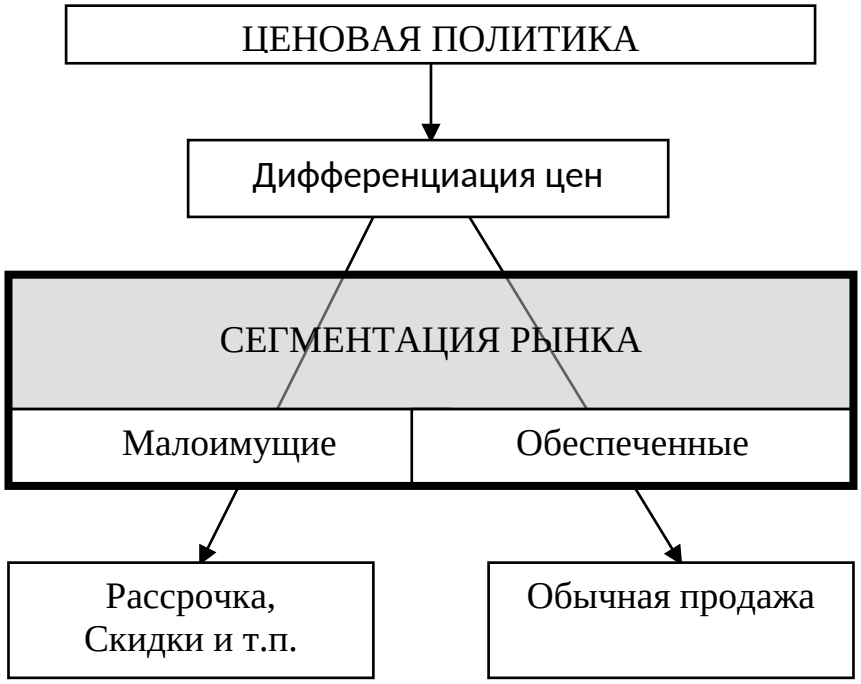

Рис. 10 Структурная модель сегментации покупателей в целях оптимизации ценовой политики ООО "Гостиный двор"

Целенаправленность рекламы предполагает ее ориентацию на известный рынок, конкретную группу потребителей.

Организация рекламной деятельности включает: выбор наиболее эффективных для данного товара и целевого рынка рекламных средств; проведение целенаправленных рекламных кампаний; помещение в периодической печати тщательно отработанных рекламных объявлений, открытой и косвенной рекламы, отзывов покупателей о товаре; использование в рекламных целях специализированных газет и журналов, справочников, научных журналов; проведение рекламных мероприятий для журналистов, научных работников, медицинских работников о новых изделиях - оборудовании, оконных технологиях, достижениях в области

науки и техники; использование в рекламных целях товарного знака.

Эффективность рекламной деятельности определяется путем анализа следующих показателей: расходы на рекламу на тысячу потенциальных покупателей по каждому средству и виду рекламы; процент покупателей, обративших внимание на рекламу и купивших изделие; популярность продукции фирмы как результат рекламной деятельности. Определение эффективности рекламы предполагает также выяснение, в какой степени реклама содействует расширению продаж. Это делается с помощью соотношения затрат на рекламные мероприятия с достигаемыми с ее помощью результатами (увеличение объема продаж). Такой анализ способствует правильному выбору средств рекламы и времени ее осуществления, а также более обоснованному планированию финансовых затрат на рекламу при разработке программы маркетинга.

В рамках предложенных направлений совершенствования продвижения товара целесообразно сформулировать конкретные мероприятия. В частности, необходимо повысить эффективность рекламы – сформировать оптимальный рекламный портфель. Следует также улучшить качество рекламных сообщений. Для этой цели следует разработать проект оптимального рекламного портфеля на основе проведенной оптимизации расходов на рекламу.

В самом деле, как выяснилось в ходе проведенного нами анализа, на исследуемом предприятии недостаточно высоко развиты технологии продвижения товара. Так как имеется весьма много конкурентов, продающих аналогичные изделия, необходимо повысить эффективность продвижения товара. В частности, необходимо повысить эффективность рекламы – сформировать оптимальный рекламный портфель. Далее, целесообразно улучшить качество рекламных сообщений, а именно: избегать прямого напора на покупателя, как это делается в настоящее время. Ведь многие товары, продающиеся в ООО "Гостиный двор" действительно обладают отличным качеством, пусть и за сравнительно высокую цену. Поэтому

целесообразно не напирать на покупателя, а грамотно и адекватно информировать его, заинтересовывать своим товаром.

В рекламных сообщениях, по возможности, следует сообщать о фактических преимуществах товара, избегать голословных фраз типа «лучший товар», «хорошее качество по хорошей цене» и т.п. При этом, однако, не следует слишком вдаваться в технологическую сторону вопроса, ибо далеко не все покупателя, допустим, знают, как отличить австрийский пластик на кухонном столе от резины или полиэтилена, не говоря уже о более тонких различиях.

При этом рекламные сообщения должны быть по возможности более краткими, чтобы дойти до человека – конкретного потребителя, чтобы он их не забыл.

Кроме того, все же в рекламных материалах должен содержаться намек на то, что продукция не является совсем дешевой. Во-первых, это убережет менеджмент предприятия ООО "Гостиный двор" от лишних звонков; во-вторых, что важнее, покупатели будут заранее готовы на затрату средств для покупки действительно стоящего товара, не будут чувствовать себя обманутыми после того, как им скажут истинную цену товара при личном контакте с менеджером.

На основе проведенного анализа можно сделать также некоторые другие предложения по совершенствованию продвижения товара в компании. В частности, предлагается установить систему скидок покупателям в размере 3%. Суть акции будет заключаться в том, что покупателям мебели будет предоставляться рассрочка от 3-х до 10-и месяцев, т.е. они смогут приобретать товары в кредит.

Покупка товаров в кредит уже давно стала популярной на потребительском рынке. Для клиента выгода от акции заключается в том, что проценты по кредиту за клиента платит сама компания.

Дело в том, что единовременно выделить необходимую сумму для приобретения дорогостоящего товара довольно сложно, ибо в настоящее

время, можно сказать, все более менее обеспеченные покупатели уже приобрели себе мебель; поэтому спрос на них формируется сейчас в основном среди покупателей с более низкими доходами. Тем более, сейчас, в условиях кризиса. В таком случае на выручку к ним приходит кредитная система оплаты.

Кроме того, альтернативой рассрочке является накопление, то есть нужно накопить нужную сумму на мебель, но за время накоплений рынок может измениться, цены вырасти, как уже неоднократно бывало в нашей стране, плюс инфляция. Приобретая же мебель в рассрочку сейчас, покупатель себя избавляет от всех этих финансовых рисков, т.к. может получить товар по ценам, действующим на момент заключения договора с компанией. Для клиента это целесообразно еще и потому, что это не просто выгодная покупка, это выгодная форма вложения и сбережения денег. Подобные условия кредитования, например, со стороны "Инвесткапитал Банк" делают мебель еще доступнее жителям города. При этом цена будет одна и та же как при покупке за наличный расчёт, так и в рассрочку. Проценты по кредитному договору банку платит компания ООО "Гостиный двор". Основные преимущества предлагаемого продукта:

- Не нужно вносить даже первоначальный взнос
- Срок предоставления кредита - до 10 месяцев
- Кредит оформляется на месте в 5 центрах продаж мебели, находящихся в разных районах города
- Нет переплаты по кредиту за проценты, ибо их банку платит ООО "Гостиный двор".
- Минимум формальностей при оформлении: минимум документов, не нужно поручительства.
- Минимум времени. Для оформления понадобится всего лишь 15 минут.
- Легко и просто погасить кредит.

Далее, предлагается внедрить такую акцию, как «копилка». Ее суть

заключается в том, что покупатель, приобретая в компании окна (хотя бы даже одно), получает на руки также специальную бонусную карточку «Копилка».

Все, что ему остается делать, - это совершать у фирмы, а также у партнеров программы необходимые ему покупки, при этом копить бонусы на карте «Копилка» и обменивать их на действительно нужные товары и услуги.

У каждого партнера свои правила начисления бонусов. В качестве партнеров выберем, в частности, два магазина, торгующих шторами и жалюзями (как товары, сопутствующие мебели). При этом, покупая мебель в ООО "Гостиный двор", покупатель получает право на скидку при покупке сопутствующих товаров у партнеров.

Накопленные бонусы он может:

- обменивать на выбранный товар;
- добавлять к наличным деньгам при покупке;
- копить для дорогостоящего приобретения.

При обмене бонусов на товар один бонус предлагается приравнивать к одному рублю. Бонусы никогда не заканчиваются: на сумму покупки, оплаченную бонусами, начисляются новые, бонусы в соответствии с правилами партнеров.

«Копилка» дает покупателю определенную свободу выбора: бонусы, полученные в одной сети можно без ограничений использовать у любого другого партнера программы. Например, если человек купил шторы, то он может со скидкой купить окна и т.д.

Проведем теперь экономический эффект от внедрения указанных мероприятий - системы рассрочки и использования скидок. Как уже отмечалось, экономический смысл обоих этих мероприятий представляют собой некоторое снижение уровня цены на продукцию предприятия при одновременном увеличении объема продаж в натуральном выражении. Отметим, что если, скажем, просто снизить цену на 2-5%, то покупатели этого могут не заметить, даже если им сказать об этом прямо. Однако, если

тот же самый уровень цен установить посредством применения скидок к основной цене, то здесь, помимо финансовой экономии средств покупателей, сработает и психологический эффект: дело в том, что людям нравится получать скидки, ибо они при этом считают, что экономят свои деньги. Возникает своего рода азарт, как в вероятностной игре (например, в карточной).

Целесообразно проанализировать оба варианта:

- снижение цен на 3%,
- применение скидок на 3%.

Скидки будут предоставляться тем покупателям, которые уже ранее приобретали товар хотя бы на минимальную сумму (от одного окна). Кроме этого, при использовании скидок может применяться (по желанию покупателя) система рассрочки до 10 месяцев. Это привлечет тех покупателей, у которых недостаточно средств для приобретения сразу большой покупки.

Опрос покупателей, в том числе и потенциальных, показал, что в 2016 г. только 20% из них могут позволить себе приобретать необходимый им объем товара сразу, и оплатить товар по факту его получения. Остальные 80% из них могут приобретать товар при условии постепенной его оплаты (см. табл. 15).

Таблица 15

Необходимый срок рассрочки для покупателей мебели в ООО "Гостиный двор"

Удельный вес покупателей, %	20	20	20	20	20
Необходимый срок рассрочки, мес.	0	3	4	5	8

Эти покупатели внесут свой вклад в товарооборот, который при этом увеличится. Объем покупок (в среднем) будет ниже у покупателя, принадлежащего к этой группе, чем у основной массы покупателей (20%). Так, в расчете на одного покупателя он составит от 30% до 70% от объема

покупок, совершаемых покупателем, входящим в состав указанных 20%. В среднем примем 50%.

Объем продаж рентабельных и малоубыточных товаров составил в 2016г., судя по таблице 14, 338,2 тыс. руб. Его обеспечили 20% покупателей, а 80% потенциальных этого не смогли сделать. Если же дать такую возможность и им, то общее количество покупателей увеличится в 100%/20%=5,0 раз. Соответственно, товарооборот увеличится на 338,2х5,0х50%=422,3 тыс. руб.

Предположим, что рентабельность, за исключением высокоубыточных товаров, останется на уровне 2016г., т.е. будет равна $r_п^{ср+}$ = 6,8% (см. выше). Тогда валовая прибыль увеличится на 422,3х6,8% = 28,7 тыс. руб.

Теперь необходимо учесть скидку 3%. Проведем расчет потерь от скидки:

28,7х3%=0,9 тыс. руб.

Таким образом, экономический эффект, выражающийся в изменении валовой прибыли, составит 28,7-0,9=27,8 тыс. руб.

Если же просто снизить цену на 3%, то вместо экономического эффекта будет получен убыток (как оно и наблюдалось в ООО "Гостиный двор" на практике в 2016 г.). Дело в том, что данное снижение цен будет практически не замечено покупателями. При этом объем товарооборота увеличится несущественно.

Далее, проведем расчет экономического эффекта от внедрения системы «копилки».

Экономический смысл «копилки» заключается, фактически, в продаже товаров со скидкой. Правда, скидку придется делать не только собственным покупателям, но и покупателям, уже приобретших что-либо у партнеров по данной акции. Однако, в отличие от просто предоставлении скидки, экономический эффект будет выше в силу того, что увеличится число покупателей. Оценим, каково может это увеличение.

Тому будет две причины:

- покупатели будут в большей степени привлечены именно к предприятию ООО "Гостиный двор", так как будут знать, что в будущем они могут со скидкой купить другие – сопутствующие товары,

- покупатели, уже приобретшие сопутствующие товары у партнеров ООО "Гостиный двор", скорее всего, придут за мебелью именно к исследуемому предприятию.

В самом деле, если люди покупают шторы и жалюзи, то потом они, нередко, приобретают и мебель (если, конечно, не приобрели их ранее). Это делается, например, при ремонте квартиры и/или смене обстановки.

По наблюдениям фирмы, торгующей жалюзями, в месяц (в 2016г.) она обслуживает приблизительно 200-300 покупателей в месяц, средний объем покупки при этом составляет около 8500 руб. Примем среднее число покупателей, равное 250 покупателей. Положим, что не менее 10% от них обратятся за покупкой мебели в ООО "Гостиный двор".

То есть в месяц товарооборот фирмы ООО "Гостиный двор" увеличится приблизительно на 8500х250х10%х(100%-3%)=206,1 тыс. руб. Экономический эффект по валовой прибыли, исходя из средней величины рентабельности товаров ООО "Гостиный двор", за исключением высокоубыточных ($r_п^{ср+}$) составит 206,1х6,8%=14,0 тыс. руб.

Консолидировано, суммарный экономический эффект от предложенных мероприятий, который может быть достигнут путем организации в ООО "Гостиный двор" отдела маркетинга, что. в свою очередь, приведет к повышению эффективности коммерческой деятельности, подсчитан в таблице 16.

Таблица 16

Расчет экономического эффекта от предложенных мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности ООО "Гостиный двор"

Мероприятие	Прибыль, тыс. руб.	Расходы, тыс. руб.	Экономический эффект, тыс. руб.
Организация отдела маркетинга		425,2	-425,2
Прекращение продажи высокоубыточных товаров	2386		2386

Скидки 3% для малообеспеченных покупателей	28,7		28,7
Система «копилка»	14		14
Итого	2428,7	425,2	2003,5

Экономический эффект составит, с учетом затрат на организацию отдела маркетинга, 2003,5 тыс. руб. В основном он будет вызван прекращением продаж высокоубыточных товаров.

Скидки и система «копилка», судя по расчетам, дадут малый вклад в экономический эффект. Это вызвано тем фактом, что средняя рентабельность оставшихся (за исключением высокоубыточных) товаров составляла в 2016 г. всего 6,8%. Однако, по мере наращивания платежеспособности ООО "Гостиный двор", оно получит возможность расширить объем товарооборота, используя научные принципы организации торговым процессом (этим будет заниматься отдел маркетинга). Ожидается, что это приведет к росту средней рентабельности продаж, к возможности усовершенствовать работу отдела маркетинга путем принятия в штат более квалифицированных кадров. А это, в свою очередь, создаст предпосылки для дальнейшего роста прибыли и. как следствие, роста уровня платежеспособности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Платёжеспособность отражает соотношение, тенденции, динамику финансовых ресурсов и финансовых результатов организации и выступает информационной базой для принятия менеджментом действенных управленческих решений.

Платежеспособность представляет собой возможность организации в полном объеме и вовремя удовлетворять платежные требования контрагентов и в соответствии с договорами, возвращать кредиты, выплачивать денежные средства персоналу, вносить платежи в бюджет.

Сравнивая такие характеристики финансового состояния предприятия, как «платежеспособность» и «ликвидность», можно отметить, что в первый термин является более конкретным и предметно ориентированным, в то время как вторая категория принимает более емкую форму.

Ликвидность баланса является базой платежеспособности и ликвидности организации. То есть ликвидность – это метод поддерживания платежеспособности. При этом, низкий уровень платежеспособности, который может быть представлен в виде недостатка денежной наличности и присутствия просроченных платежей, может быть временным или длительным.

Кроме того, платежеспособность связана как с активами, так и с пассивами. Если предприятие обладает большим запасом высоколиквидных активов, то оно в состоянии рассчитаться по своим обязательствам, что свидетельствует о высоком уровне платежеспособности предприятия. Поэтому, платежеспособность напрямую зависит от того, какую степень ликвидности имеет тот или иной актив компании.

Главными источниками информации для анализа платежеспособности и ликвидности компании являются баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств и прочие формы отчетности, а также первичные и аналитические данные учета, которые детализируют и расшифровывают отдельные позиции баланса.

Большинство исследователей придерживаются мнения, что платежеспособность определяется главным образом степенью ликвидности предприятия. Поэтому, производя анализ платежеспособности предприятия следует оценивать коэффициенты ликвидности.

Расчет и оценка коэффициентов позволяет нам определить степень безопасности краткосрочных обязательств по наиболее ликвидным средствам. Кроме того, метод финансовых коэффициентов позволяет оценить соотношение текущих активов и краткосрочных обязательств для их возможного последующего покрытия.

Объектом практического исследования в работе выступило Общество с ограниченной ответственностью «Гостиный двор».

В 2016 году по сравнению с 2014 годом финансовые результаты деятельности предприятия неоднозначные:

- оборотные активы выросли в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 117%. Увеличение доли оборотных активов в имуществе ООО «Гостиный двор» положительно характеризует его структуру и свидетельствует о рациональности вложения активов.

- краткосрочные обязательства в 2016 году увеличились на 925 тыс. руб. или на 1751%. Это произошло из-за увеличения кредиторской задолженности за счет увеличения задолженности перед поставщиками, а также увеличения налоговых обязательств. Увеличение кредиторской задолженности произошло на фоне увеличения запасов компании.

Стоит отметить, что у организации нет внеоборотных активов. Это объясняется тем, что организация занимается оптовой торговлей и арендует офис со складом, а из оборудования - мебель и компьютеры, которые под основные средства не попадают, а если раньше попадали - то уже давно самортизировались.

Общий анализ динамики рассчитанных коэффициентов ликвидности свидетельствует, что платежеспособность организации ООО «Гостиный двор» исключительно низкая в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах. Динамика коэффициентов почти всегда отрицательная. При этом, дефицит источников собственных средств предприятия является основным фактором, который обусловил чрезвычайно низкие значения коэффициентов платежеспособности и ликвидности предприятия ООО «Гостиный двор».

По расчетам коэффициентов платежеспособности и ликвидности установлено, что значение коэффициента текущей ликвидности на конец 2016 г. составило: 0,81 < 2. Следовательно, торговая организация ООО «Гостиный двор» не может расплатиться по долгам, не допуская обращения

взыскания на свое имущество. Иными словами, данное предприятие не может обеспечить защиту кредиторов от высокого риска неплатежей.

В целом расчет и анализ динамики основных коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость предприятия, показывает низкую платежеспособность и неустойчивость финансового состояния ООО «Гостиный двор» за период 2016 г. Это связано, прежде всего, с недостаточной величиной собственного капитала, собственных источников оборотных средств, сокращением оборотных активов предприятия.

Основными мерами по восстановлению платежеспособности являются:

1) Увеличить долю собственного капитала;

2) Снизить сумму краткосрочной кредиторской задолженности (например, переведя ее в состав долгосрочной задолженности);

3) Увеличить объемы реализации продукции;

4) Увеличить покупателям отсрочку платежа (за счет сокращения свободного остатка денежных средств в пользу увеличения дебиторской задолженности).

Целью увеличения доли собственного капитала является обеспечение ООО «Гостиный двор» достаточной финансовой независимости (повышение коэффициента автономии).

С целью повышения уровня платежеспособности ООО "Гостиный двор", в третьей главе были предложены соответствующий мероприятия, для части из них проведена оценка экономического эффекта. Это, самое главное, – организация отдела маркетинга с закреплением в штатной структуре его функций и полномочий. Вначале предполагается обойтись своими силами, но в будущем планируется прием на работу квалифицированных маркетологов.

Оценка экономического эффекта также проводилась для таких мероприятий, как внедрение скидок при покупке товара в рассрочку малообеспеченными покупателями, а также система «копилка» в сотрудничестве с магазинами-партнерами по производству штор и жалюзи. Оказалось, что совокупная величина экономического эффекта может

составить 2003,5 тыс. руб., при этом ООО "Гостиный двор" может даже выйти на уровень безубыточности, стать прибыльным. Это означает повышение уровня платежеспособности данного предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 18.07.2017) "О бухгалтерском учете"
2. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"
3. Абрютина, М. С. Финансовый анализ / М.С. Абрютина. - М.: Дело и сервис, 2015.
4. Бабалыкова И.А., Науменко Т.С., Соляник С.В. Современное назначение отчета о финансовых результатах и особенности его

внешнего и внутреннего анализа // Научный журнал КубГАУ. 2015. №101(07).

5. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента : в 2 т. / И. А. Бланк. – 4-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2012.
6. Бочаров, В.В. Комплексный финансовый анализ / В.В. Бочаров. - М.: СПб: Питер, 2016
7. Васильева, Л. С. Финансовый анализ / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. - М.: КноРус, 2017
8. Володин А.А. Управление финансами: Учебник / А.А. Володин. – М.: ИНФРА-М, 2013.
9. Горелик О. М. Финансовый анализ с использованием ЭВМ : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Прикладная информатика (по областям)" и др. экон. специальностям / О. М. Горелик, О. А. Филиппова. - Гриф УМО. - Москва : КНОРУС, 2015
10. Донцова Л. В. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности : практикум : учеб. пособие для студентов, обуч. по специальностям "Финансы и кредит", "Налоги и налогообложение" / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - 5-е изд., перераб. и доп. ; Гриф УМО. - Москва : Дело и Сервис, 2015.
11. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений Издательство - М.: «Омега-Л», 2014.
12. Жилкина, А. Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия / А.Н. Жилкина. - Москва: Огни, 2017.
13. Захарова Ю. Н. Платежеспособность предприятия, ее анализ и пути укрепления / Захарова Ю. Н. // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. – 2013. № 1.
14. Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Анализ финансовой отчетности. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012.

15. Клишевич Н. Б. Финансы организаций : менеджмент и анализ : учеб. пособие для студентов по специальностям "Финансы и кредит" , "Бухгалтер. учет, анализ и аудит" / Н. Б. Клишевич. - Гриф УМО. - Москва : Кнорус, 2014.
16. Ковалев В. В. Курс финансового менеджмента : учебник / В. В. Ковалев. - 3-е изд. - Москва : Проспект, 2015.
17. Ковалев, В.В. Финансовый анализ / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2017.
18. Кокин А. С., Яковлева Г. Н. Показатели устойчивости организации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2014. – № 3.
19. Костина, Г. Ю. Экспресс-анализ финансовой устойчивости предприятия// Справочник экономиста. - 2014. - N 5.
20. Крылов С.И. Анализ бухгалтерского баланса коммерческой организации с помощью финансовых коэффициентов // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2013. – № 8.
21. Кувшинов М. С. Бухгалтерский учет и анализ : конспект лекций : учеб. пособие / М. С. Кувшинов. - Москва : Кнорус, 2016.
22. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент / И. Я. Лукасевич. - 2-е изд.; перераб. и доп. - М.: Национальное образование, 2013.
23. Маркарьян, Э. А. Финансовый анализ / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. - М.: КноРус, 2017
24. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013.
25. Осипова И. В. Теория бухгалтерского учета : сб. задач : учеб. Пособие для студентов, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит", "Мировая экономика", "Налоги и налогообложение" / И. В. Осипова. – Гриф УМО. - Москва : КНОРУС, 2016.

26. Романовский, М. В. Финансы : учебник для бакалавров / М. В. Романовский, О. В. Врублевская ; отв. ред. М. В. Романовский, О. В. Врублевская. - 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2013.
27. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2017
28. Теория экономического анализа: Учебник / А.Д. Шеремет. - 3-е изд., доп. - М.: ИНФРА-М, 2014
29. Тюленева Н.А. Современная методика анализа ликвидности бухгалтерского баланса // Проблемы учёта и финансов, №4(12). 2013.
30. Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под.ред. Н.В.Колчиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2014
31. Хрусталев, О. Е. Факторы и принципы оценки финансовой устойчивости инновационных предприятий / О. Е. Хрусталев // Экономический анализ: теория и практика. – 2013.
32. Шелудько Е.Б. Конкурентоспособность предприятия / Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № S6.
33. Шеремет А. Д. Бухгалтерский учет и анализ: Учебник / А.Д. Шеремет и др.; Под общ. ред. А.Д. Шеремета. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА- М, 2014.
34. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. - М.: ИНФРА-М, 2015
35. Эйзенберг Ф.А. Финансовый менеджмент на предприятии / Ф.А. Эйзенберг. – Минск: Высшая школа, 2014.
36. Экономический анализ/Под ред. О.Н. Соколовой. – М.: ИНФРА-М, 2014.
37. http://www.consultant.ru

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2016 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710001		
	Дата (число, месяц, год)	23	2	2017
Организация ООО "Гостиный Двор"	по ОКПО	10364832		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	2901234858		
Вид экономической деятельности Обработка металлов и нанесение покрытий на металлы	по ОКВЭД	25.61		
Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью/Частная собственность	по ОКОПФ / ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384		

Местонахождение (адрес) 163000, Архангельская обл, г.Архангельск, ул.Гайдара, д.2, корп.1, 1-Н

Поясне-ния [1]	Наименование показателя [2]	Код	На 31 декабря 20 16 г.[3]	На 31 декабря 20 15 г.[4]	На 31 декабря 20 14 г.[5]
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	-	-	-
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	-	-	-
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	-	-	-
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	3	-	5
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	802	682	18
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	805	682	23
	БАЛАНС	1600	805	682	23

АРХАНГЕЛЬСКСТАТ

31 МАР 2017

ПРИНЯТО 28.03.2017. №

СЕМИНА М.С.

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ 1

Форма 0710001 с. 2

Поясне-ния [1]	Наименование показателя [2]	Код	На 31 декабря 20 16 г.[3]	На 31 декабря 20 15 г.[4]	На 31 декабря 20 14 г.[5]
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ [6]				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-)[7]	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	(186)	418	(43)
	Итого по разделу III	1300	(176)	428	(33)
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	-	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	981	254	56
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	981	254	56
	БАЛАНС	1700	805	682	23

Руководитель _____ Чемисов С.В.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 23 " февраля 2017 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именует указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

Отчет о финансовых результатах

за 2016 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710002		
	Дата (число, месяц, год)	23	2	2017
Организация ООО "Гостиный Двор"	по ОКПО	10364832		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	2901234858		
Вид экономической деятельности Обработка металлов и нанесение покрытий на металлы	по ОКВЭД	25.61		
Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью/Частная собственность	по ОКОПФ / ОКФС	65	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384		

Поясне-ния [1]	Наименование показателя [2]	Код	За 20 16 г.[3]	За 20 15 г.[4]
	Выручка [5]	2110	1 195	1 493
	Себестоимость продаж	2120	(3 379)	(953)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	(2 184)	540
	Коммерческие расходы	2210	(-)	(-)
	Управленческие расходы	2220	(225)	(35)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	(2 409)	505
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	2 084	99
	Прочие расходы	2350	(186)	(48)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(511)	556
	Текущий налог на прибыль	2410	(92)	(95)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(603)	461

АРХАНГЕЛЬСКСТАТ

31 МАР 2017

ИФНС РОССИИ
ПО Г.АРХАНГЕЛЬСКУ
ОТДЕЛ РАБОТЫ
С НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКАМИ
ПРИНЯТО 28.03.2017. №
СЕМИНА М.С.

Форма 0710002 с. 2

Поясне-ния [1]	Наименование показателя [2]	Код	За 20 16 г.[3]	За 20 15 г.[4]
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода [6]	2500	(603)	461
	СПРАВОЧНО Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель _____ Чемисов С.В.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 23 " февраля 2017 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

3. Указывается отчетный период.

4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.

5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.

6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".